

MASTERARBEIT | MASTER'S THESIS

Titel | Title

Gesellschaftliche Körperideale und der Einfluss der
Mediatisierung auf die Selbstwahrnehmung: Fitspiration und
Muskeldysmorphie im Kontext sozialer Medien.

verfasst von | submitted by

Jonas Bernhard Jackl B.A.

angestrebter akademischer Grad | in partial fulfilment of the requirements for the degree of
Master of Arts (MA)

Wien | Vienna, 2025

Studienkennzahl lt. Studienblatt | Degree
programme code as it appears on the
student record sheet:

UA 066 841

Studienrichtung lt. Studienblatt | Degree
programme as it appears on the student
record sheet:

Masterstudium Publizistik- und
Kommunikationswissenschaft

Betreut von | Supervisor:

Univ.-Prof. Dr. Annie Waldherr

Inhaltsverzeichnis

1. EINLEITUNG	1
2. BEGRIFFLICHE BESTIMMUNGEN	7
2.1 DIE BEDEUTUNG VON KÖRPER(UN)ZUFRIEDENHEIT	7
2.2 DIE DARSTELLUNG VON KÖRPERN IN MEDIEN.....	9
2.3 DIE ROLLE VON SOZIALEN MEDIEN FÜR DIE KÖRPERDARSTELLUNG.....	10
2.4 IDEALISIERTE KÖRPERDARSTELLUNGEN	11
2.5 DIE FITSPIRATION-BEWEGUNG	12
2.6 GEGENBEWEGUNGEN IDEALISierter KÖRPERDARSTELLUNGEN	13
2.7 DIE ROLLE VON INFLUENCER:INNEN.....	14
2.8 KÖRPERDYSMORPHE STÖRUNG UND MUSKELDYSMORPHIE.....	15
3. THEORETISCHE FUNDIERUNG	16
3.1 SOZIALER VERGLEICH	16
3.2 WAHRNEHMUNG UND SOZIALER VERGLEICH MIT MEDIENPERSONEN	17
3.3 KULTIVIERUNG.....	18
3.4 TRIPARTITE-INFLUENCIAL MODEL	19
3.5 LERNEN AN ROLLENMODELLEN	20
4. DER AKTUELLE FORSCHUNGSSTAND	21
4.1 MUSKELDYSMORPHIE UND FITSPIRATION-INHALTE	21
4.2 MUSKELDYSMORPHIE UND SOCIAL MEDIA	22
4.3 MUSKELDYSMORPHIE UND BILDSCHIRMZEIT.....	23
4.4 MUSKELDYSMORPHIE UND SOZIALE INTERAKTIONSBEREITSCHAFT	24
5. FORSCHUNGSFRAGEN UND HYPOTHESEN.....	25
5.1 FORSCHUNGSLEITENDE FRAGEN	26
5.2 HYPOTHESEN.....	27
5.2.1 ZUSAMMENHANGSHYPOTHESEN	27
5.2.2 MECHANISMUSHYPOTHESEN	28
5.2.3 MODERATIONSHYPOTHESE.....	32
6. FORSCHUNGSDESIGN UND METHODE	32
6.1 ERHEBUNGSMETHDODE.....	32
6.2 GRUNDGESAMTHEIT	34
6.3 AUFBAU DES FRAGEBOGENS	34
6.4 PRETEST	35
6.6 OPERATIONALISIERUNG DER VARIABLEN.....	36
6.6.1 NUTZUNGSINTENSITÄT VON INSTAGRAM.....	36
6.6.2 STREBEN NACH MUSKULOSITÄT	39
6.6.3 AUSSEHENSBEZOGENE VERGLEICHE	40
6.6.4 INTERNALISIERUNG	42

6.6.5 MUSKELDYSMORPHIE	43
6.7 GÜTEKRITERIEN	45
6.7.1 OBJEKTIVITÄT	45
6.7.2 RELIABILITÄT	46
6.7.3 VALIDITÄT	46
<u>7. ERGEBNISSE</u>	<u>47</u>
7.1 BESCHREIBUNG DER STICHPROBE	47
7.2 BI- UND MULTIVARIATE ANALYSEN	51
7.2.1 BIVARIATE ANALYSEN	51
7.2.2 EINFACHE ZUSAMMENHANGSHYPOTHESEN.....	52
7.2.2 MULTIVARIATE ANALYSEN.....	54
8. INTERPRETATION UND DISKUSSION	58
<u>9. LIMITATIONEN UND AUSBLICK.....</u>	<u>60</u>
<u>10. FAZIT</u>	<u>61</u>
<u>11. LITERATURVERZEICHNIS</u>	<u>61</u>
<u>12. ANLAGE</u>	<u>70</u>
ABSTRACT	70

Abbildungsverzeichnis

ABBILDUNG 1: ZUSAMMENHANG ZWISCHEN ALTER UND DER NUTZUNGSINTENSITÄT VON INSTAGRAM.....	28
ABBILDUNG 2: ZUSAMMENHANG ZWISCHEN DER NUTZUNGSINTENSITÄT VON INSTAGRAM UND DER INTERNALISIERUNG VON SCHÖNHEITSIDEALEN.....	28
ABBILDUNG 3: ZUSAMMENHANG ZWISCHEN NUTZUNGSINTENSITÄT UND AUSSEHENSBEZOGENEN VERGLEICHEN.....	28
ABBILDUNG 4: MECHANISMUS NUTZUNGSINTENSITÄT, MUSKELDYSMORPHIE UND INTERNALISIERUNG	29
ABBILDUNG 5: MECHANISMUS AUSSEHENSBEZOGENE VERGLEICHE, MUSKELDYSMORPHIE, NUTZUNGSINTENSITÄT INSTAGRAM	30
ABBILDUNG 6: NUTZUNGSINTENSITÄT, MUSKELDYSMORPHIE UND STREBEN NACH MUSKULOSITÄT	31
ABBILDUNG 7: MECHANISMUS ALTER, MUSKELDYSMORPHIE, INTERNALISIERUNG.....	31
ABBILDUNG 8: INTERAKTION INTERNALISIERUNG, MUSKELDYSMORPHIE UND FITSPIRATION	32

Tabellenverzeichnis

TABELLE 1: ALTER DER STICHPROBE.....	48
TABELLE 2: BMI NACH EINTEILUNG DER WHO	51
TABELLE 3: ERHEBUNGSINSTRUMENTE MIT M, SA UND A	52

1. Einleitung

Der Mensch der Postmoderne navigiert, insbesondere aufgrund medientechnologischer Errungenschaften der letzten Jahrzehnte, immer ungebundener durch digitale Räume. Mittels einer einzigen Fingerbewegung kann er sich binnen weniger Sekunden und ohne sich dabei einen Zentimeter von der Couch wegbewegen zu müssen, mit tausenden bekannten und gleichsam unbekannten Individuen auf der ganzen Welt verbinden. Der menschliche Körper scheint im Angesicht der technologischen Omnipräsenz in einer immer moderner werdenden Gesellschaft sukzessiv an Bedeutung zu verlieren (Puzio, 2022: 293f.; Schmincke, 2021: 23f.). Smartphones und soziale Medien ermöglichen Kommunikation über räumliche und zeitliche Grenzen hinweg und verzichten dabei fast vollständig auf die körperliche Anwesenheit von Individuen (Puzio, 2022: 293f.). Apps und Wearables zählen jeden Schritt, analysieren dabei Puls- und Herzschlag, um mögliche Arrhythmien zu antizipieren und warnen, wenn das selbst gesetzte Kilokalorienziel überschritten wird. Sie ermitteln nach umfänglicher Untersuchung des Schlafzyklus den perfekten Zeitpunkt, um ins Bett zu gehen (Puzio, 2022: 9f.), bis der Wecker des Smartphones den Beginn des nächsten Tages in einer besonders leichten Schlafphase mit angenehmen Klängen verkündet (ebd.). Mit dem Übergang von der modernen Industriegesellschaft zur postmodernen Gesellschaft verlagerte sich nicht nur das Verständnis von Arbeit, sondern auch die Art und Weise, wie der Körper im Erwerbssektor gebraucht wird (Gugutzer, 2015: 40). Mit dem zunehmenden Anteil von „wissensbasierten Tätigkeitsformen“ (Gugutzer, 2015: 40) nahm die physische Beanspruchung deutlich ab. Wo der Körper früher in vielen Bereichen noch aktiv bewegt werden musste, um eine Tätigkeit auszuführen, wurde er im Modernisierungsprozess entweder (ebd.) „[...] aus Praktiken zurückgedrängt, die ohne ihn schneller ausgeführt werden können und die für ihn gefährlicher sind als für eine Maschine“ (Puzio, 2022: 293) oder gar gänzlich zum Stillstand gebracht. Der Körper wurde maßgeblich aus vielen Bereichen verdrängt, in denen physische Erschöpfungserscheinungen wie Müdigkeit, Verletzlichkeit, Alterung und raumzeitliche Gebundenheit zum Hindernis wurden“ (ebd.). Auch wenn die Verdrängung des Körpers aus bestimmten Lebens- und Tätigkeitsbereichen keineswegs ein neues Phänomen darstellt, sondern seit mehreren Jahrhunderten eine entscheidende Mitvoraussetzung für Modernisierungsprozesse ist (ebd.),

markierte der Übergang zur Postmoderne eine, auf den ersten Blick paradox erscheinende Besonderheit. Der Körper wurde durch technische Errungenschaften und daraus folgende Rationalisierungsprozesse unbedeutender, erfuhr aber gleichzeitig eine enorme gesellschaftliche Aufwertung innerhalb des sozialen Wandels (Puzio, 2022: 294; Dimitriou, 2019: 1f.; Schmincke, 2021: 23f.), die bis heute anhält und weiterwächst. Durch das Zusammenwirken des gestiegenen Wohlstands, der immer stärker werdenden Konsumkultur, Individualisierungs- und Singularisierungsprozessen, sowie rasanter technologischer Entwicklungen, in der die teil-öffentliche Inszenierung des Selbst zum Alltag geworden ist, entwickelte sich der Körper in den letzten Jahrzehnten zur noch selbst veränderbaren Kristallisationsfläche der Identität, in einer immer komplexeren Welt (Dimitriou, 2019: 1f.) Deutlich wurden diese Entwicklungen vor allem durch den Übergang zur Gesundheitsgesellschaft zwischen 1970 und 1980, in dem die Bedeutung von Gesundheit für Gesellschaft und Individuen enorm anstieg (Dimitrou, 2019: 65). Die Verantwortung über die Gestaltung und Entwicklung des menschlichen Körpers wurde fortan jedem Individuum selbst in die Hände gelegt (ebd.) und der Körper damit „von einer Vorgabe zur Aufgabe“ (Meuser, 2014: 71). Die Arbeit am eigenen Körper wurde zum gesellschaftlichen Imperativ und erlangte dabei eine völlig neue Dimension: Individuen konnten mit dem Einsatz von aufstrebenden gesellschaftlichen Körperstrategien, wie Fitness und Wellness (Dimitrou, 2019: 73), ein Zeichen setzen, um zeigen, dass sie „sich dem gesellschaftlichen Wettbewerb um die besten Positionen stellen können“ (Schmincke, 2021: 28). Der Körper wurde damit für viele zu einem fast frei gestaltbaren „[...] Ort individueller Optimierungsfantasien“ (Dimitrou, 2019: 65). Die Arbeit am Körper hatte damit zwar einerseits an Selbstermächtigung gewonnen, behielt aber gleichzeitig, wenn auch subtiler, den Zwang der Unterwerfung aufkommender neoliberaler Normen, in Form von stereotypen Körperidealen bei (Schmincke, 2021: 28). Die breitflächige Verbreitung und Etablierung gesellschaftlich normierter Körperbilder wurde vor allem mit neuen Kommunikationstechnologien möglich, die den Weg zur postmodernen Medienkultur ebneten. Es entstand ein Körperbild, das primär für die öffentliche Darstellung und soziale Platzierung des Individuums ausgerichtet war (Dimitrou, 2019: 4). Die Darstellung des Körpers folgt dabei einem bestimmten Ideal, bei dem das eigene Körperbild oft völlig untergeordnet wird (Klein, 2008: 212). Maßnahmen, die positiv zur Gesundheitsförderung beitragen, wie regelmäßige Bewegung, eine gesunde und ausgewogene Ernährung und mentales Training avancierten zur „moralischen Verpflichtung, „[...] damit der Mensch den gesellschaftlichen Anforderungen entsprechen konnte.“ (Dimitrou, 2019: 73).

Die heutzutage beliebteste Form der Selbstdarstellung von Jugendlichen und Erwachsenen findet auf Social-Media-Plattformen über das Selfie statt. Als Form des Selbstportraits, verbindet es die analoge und digitale Welt miteinander und macht die wachsende Rolle des Körpers im Digitalen deutlich: es dient zur frei gestaltbaren Präsentation des Alltäglichen, von Hobbies oder besonderen Ereignissen. Das Selfie ist leicht produzierbar und kann schnell mit einer großen Zahl von Rezipient:innen geteilt werden, um dann bewertet, kommentiert oder vermarktet zu werden (Schmincke, 2021: 18). Durch die Verbindung von Hashtags erhalten Selfies oft eine weitere an Kontext gewinnende Dimension, mit denen aktuelle Trends aufgegriffen und verbreitet werden (ebd.). Dies ermöglicht, dass ganze Communities zunächst im digitalen Raum und potenziell auch in der analogen Welt geschaffen werden können (ebd.). Mit einem Selfie präsentiert sich eine Person, indem sie ihren Körper und ihr Gesicht aus einem bestimmten Winkel und in einem selbst gewählten Ausschnitt fotografiert. Darin zeigt sich oft nicht nur, wie eine Person von anderen Menschen gesehen werden möchte, sondern auch wie sie sich selbst sieht (ebd.). Dass die wachsende Bedeutung von stark bearbeiteten und qualitativ hochwertig produzierten Selfies auf sozialen Plattformen nicht mehr nur für Menschen eine Rolle spielt, die eine kommerzielle Absicht mit ihrer Inszenierung als öffentliche Personen intendieren, zeigt, wie wichtig der Körper für die Selbst- und Fremdwahrnehmung heutzutage eigentlich ist (ebd.). Nutzer:innen setzen sich bei der Produktion von Selfies folglich immer einerseits mit ihrer eigenen Identität und andererseits mit den von der Mediengesellschaft produzierten Körper-Normen auseinander (ebd.). Die Inszenierung folgt dabei oft geschlechterstereotypen Mustern, die hegemoniale Vorstellungen von Geschlecht und Attraktivität ausdrücken und meist durch bestimmte Körperposen und Gesichtsausdrücke vermittelt werden (Schmincke, 2021: 21). Von der Inszenierung oft unterschwellig begleitet, ist die Verdinglichung des Körpers und die damit einhergehende Selbst-Vermarktung. Der Körper wurde damit nicht nur immer mehr zur identitären Visitenkarte des Selbst, sondern fungiert seitdem vor allem als Währung im digitalen Raum (Schmincke, 2021: 21; Schmincke, 2021: 56.). Um den Wertverlust der Währung möglichst zu vermeiden, kam der eingangs erwähnten digitalen Selbstbeobachtung eine zentrale Rolle zuteil: Körper wurden durch digitale Vermessungstechnologien quantifizierbar, wodurch sich eine globale Perspektive des Vergleichs mit anderen Individuen eröffnete, die auf digitalen Daten basierte und damit Orientierungsgrößen sichtbar machte. In der Folge war es Individuen möglich, die Fleischwerdung ihrer eigenen Optimierungsfantasien durch die Vergleiche von Körperdaten anderer Individuen noch detaillierter selbst zu gestalten (Dimitrou, 2019: 75). Foucault fasste diese Entwicklung von Praktiken als Technologien des Selbst zusammen. Er verstand darunter

eine internalisierte Reproduktion gesellschaftlicher Normalisierungen (Schurzmann-Leder, 2021: 11) in Form von Handlungsweisen, die als Produkt der Subjektivierung entstanden waren (Schmincke, 2021: 28ff.). Genauer sind damit diejenigen Handlungen gemeint, mit denen „Menschen nicht nur die Regeln ihres Verhaltens festlegen, sondern sich [...] zu transformieren, sich in ihrem besonderen Sein zu modifizieren und aus ihrem Leben ein Werk zu machen suchen, das gewissen ästhetischen Werten und gewissen Stilkriterien entspricht“ (Foucault, 1989: 18). Foucault argumentierte darüber hinaus, dass die wachsende Prämisse der Sorge um sich selbst auch Technologien des Selbst verstärken würden (Foucault, 2004: 32). Die hier eben angeführten kultivierungsanalytischen Zugänge zeigen, wie in den letzten Jahrzehnten ein sozialkonstruktivistisches Fundament für eine Fitness-Affine Kultur entstehen konnte, das neue Körperideale geformt hat. Körperideale, von dessen medialer Omnipräsenz man sich heute leicht selbst überzeugen kann, wenn man aktuelle Artikel der Zeit, der SZ, FAZ, Arte-Dokumentationen, aber insbesondere Inhalte auf Instagram, TikTok und YouTube betrachtet. Viele der rezipierbaren Inhalte bestehen aus edukativen Videos, in denen Fitness-Influencer:innen ihre liebsten Ernährungs-Tipps und Workout-Routinen für einen durchtrainierten und gesunden Körper zum Nachmachen mit ihren Zuseher:innen teilen. Dabei präsentieren sie sich oft in menschenleeren, minimalistisch eingerichteten und ästhetisierten Umgebungen bei optimalen Lichtverhältnissen, um einzelne Muskelpartien bestmöglich zu inszenieren. Was in diesen medialen Inhalten, die, euphemistisch gesprochen, grundsätzlich dafür konzipiert sind, Rezipient:innen konstruktive Informationen über die Funktionsweise des menschlichen Körper zu vermitteln, schnell in den Hintergrund gerät, sind die obsessiven Konturen und gefährlichen Züge, die mit der ständigen Arbeit am eigenen Körper einhergehen können (Dimitrou, 2019: 74). So fungiert die von ProSieben produzierte TV-Serie Germany's Next Top Model bis heute als Paradebeispiel für den prägenden Einfluss von medial vermittelten Körperbildern auf die Wahrnehmung des eigenen Körpers, die bereits in vielen wissenschaftlichen Arbeiten untersucht wurde. Als Ergebnis von vielen durchgeführten Befragungen von heranwachsenden Frauen, die unter Essstörungen litten, zeigte sich, dass sich die internalisierten Körperideale stark an den vermittelten Körperidealen der Serie orientierten (Götz und Mendel, 2016; Schurzmann-Leder, 2021: 84ff.). Auch wenn die Folgen dieser Beeinflussung nie völlig isoliert zu betrachten waren, gilt der Effekt medial produzierter Körperbilder auf die Wahrnehmung des eigenen Körpers als zentrale Einflussgröße, die sich vor allem durch die Kommunikation im Internet verstärkt hat (Dimitrou, 2019: 81). Doch über die letzten Jahrzehnte hat sich seit der ersten Ausstrahlung von Germany's Next Top Model im Jahr 2006 einiges geändert. Das lineare Fernsehen hat als mediale Einflussgröße für jüngere

Generationen zwar deutlich an Relevanz verloren, der Anpassungsdruck an gesellschaftliche Körperbilder wird aber weiterhin, vor allem über soziale Medien, verbreitet (Jiotsa et al.: 2021; Yapri, 2022). Bislang konzentrierte sich die Wissenschaft bei der Erforschung von Unzufriedenheiten mit dem eigenen Körper fast ausschließlich auf das weibliche Geschlecht. Dabei konnten einige aufschlussreiche korrelative Zusammenhänge zwischen der Auseinandersetzung mit medial vermittelten Körperbildern und den Auswirkungen auf das Selbstbild, wie Essstörungen, Depressivität und Suizidalität festgestellt werden (Peter & Brosius, 2021). So zeigten einige Studien, dass das in den Medien präsentierte Schönheitsideal einerseits immer schlanker wurde, der durchschnittliche BMI von Frauen im gleichen Zeitraum aber anstieg und so die Realität und die von den Medien propagierte Realität immer stärker auseinanderklafften (ebd.). Im Gegensatz dazu wurde die Unzufriedenheit mit dem eigenen Körper bei Männern bis heute vergleichsweise kaum erforscht (Schoenenberg & Alexandra: 2020) und stellt momentan noch eine Forschungslücke dar, da auch männliche Jugendliche und Erwachsene längst von gesellschaftlichen Körperidealen beeinflusst werden. Das zeigt sich unter anderem daran, dass sich Männer immer öfter kosmetischen Operationen, wie Haartransplantationen, unterziehen, Make-Up tragen und regelmäßig Fitness-Studios besuchen (Yapri, 2022). Im Vergleich zu Frauen streben viele Männer eher weniger nach einem schlanken, aber vielmehr mesomorphen Körpertyp, der oft durch breite Schultern und einen äußerst niedrigen Körperfettanteil definiert wird (Schoenenberg & Alexandra: 2020). Nach einer Studie von Pope et al. (2000) schätzen Männer aus westlich geprägten Ländern den idealen Körper eines Mannes im Durchschnitt ungefähr 13 Kilo muskulöser als den eigenen Körper ein. Erste Studien zeigten außerdem, dass das Streben nach einem mesomorphen Körperideal, ähnlich wie bei Frauen, oft mit einem niedrigen Selbstwert (Yapri, 2022) und Depressivität assoziiert wird und restriktives Essverhalten fördert, das den Muskelaufbau unterstützt und den Körperfettanteil reduziert, weshalb eine pathologische Ausprägung auch gewisse Ähnlichkeiten zur Essstörung aufweisen kann (Schoenenberg & Alexandra: 2020). In der Wissenschaft wird das Phänomen des pathologischen Strebens nach Muskulosität durch die Abkürzung DSM-5, oder auch Muskeldysmorphie beschrieben, was wiederum als Subtyp der Körperdysmorphie gilt (ebd.). Während Sportsucht in den 1970er Jahren von der Wissenschaft noch hauptsächlich als im Profisport auftretendes Phänomen ausgemacht wurde, gewinnt das exzessive Sporttreiben seit längerem auch im Hobby-Bereich an Zuwachs (Bette & Gugutzer, 2012: 108ff.). Gerade die Normalisierung von übermäßigem Training und der Einnahme von leistungsfördernden Substanzen, um den eigenen Körper ein Stück näher in Richtung der idealisierten Traumkörper zu bringen, wird durch die Möglichkeit des ständigen Vergleichs mit

anderen Menschen auf sozialen Medien stark vorangetrieben. Im Angesicht der hier beschriebenen gesellschaftlichen Herausforderungen, die sich zwischen Post-Moderne, Neoliberalismus, Mediatisierung und der Konstruktion von Körpern und Geschlecht bewegen, liegt der Anspruch dieser Arbeit einerseits darin, einzuordnen, welche Rolle der Gesellschaft und Medien bei der Konstruktion von idealisierten Körpern zuteil wird und andererseits herauszufinden, wie stark die Verwendung von Instagram die Selbstwahrnehmung beeinflusst. Im Gegensatz zu bisherigen Studien, liegt das alleinige Forschungsinteresse dieser Arbeit nicht nur auf Männern als interessierende Zielgruppe. Die Arbeit soll außerdem in Erfahrung bringen, ob sich die Selbstwahrnehmung hinsichtlich eines muskulöseren Körperideals auch für Frauen verändert hat und die Muskeldysmorphie damit sogar als geschlechterübergreifendes Phänomen verstanden werden kann. In der Vorgehensweise ist diese Arbeit in einen theoretischen und einen methodischen Teil gegliedert. Um zunächst zu verstehen, wie sich der gesellschaftliche und mediale Einfluss auf die Selbstwahrnehmung des Körpers von Menschen auswirken kann, wird im theoretischen Teil, ausgehend von einer begrifflichen Auseinandersetzung mit dem Verständnis von Körper(un)zufriedenheit, die Rolle von Sozialen Medien und speziell Instagram auf die Wahrnehmung von Rezipient:innen erarbeitet. Im Zuge dessen werden auch unterschiedliche Fitness-Bewegungen und ihre Gegenbewegungen auf Social Media analysiert, um anknüpfend daran das Krankheitsbild der Körperdysmorphie und insbesondere der Muskeldysmorphie nachvollziehen zu können. Im Anschluss daran werden die für diese Arbeit relevantesten aktuellen Studien und Theorie-Modelle ermittelt und verknüpft, um darauf aufbauend, die forschungsleitenden Fragen und zu beantwortenden Hypothesen abzuleiten. Dem methodischen Teil gilt im ersten Schritt die Bestimmung des Forschungsdesigns und Beschreibung des für diese Arbeit konzipierten Fragebogens, sowie der Auswahl und Festlegung der interessierenden Grundgesamtheit und ihren demographischen Merkmalen, sowie der Kontrollvariablen und Operationalisierung der latenten Konstrukte. Im zweiten Schritt findet die deskriptive Analyse, angefangen mit den univariaten und später bi- und multivariaten Analysen, inklusive der Bestimmung des Korrelationsmaßes statt. Abschließend folgt die Zusammenführung, Interpretation der ausgewerteten Daten und Diskussion der im Rahmen der Arbeit gewonnen Informationen unter Berücksichtigung der Limitationen.

2. Begriffliche Bestimmungen

2.1 Die Bedeutung von Körper(un)zufriedenheit

Das Konstrukt der Körperzufriedenheit stellt gewissermaßen den thematischen Mittelpunkt dieser Arbeit dar, bleibt aber gleichzeitig aufgrund seiner scheinbaren Eindeutigkeit leider oft undefiniert. Die alleinige Einigkeit über den Begriff findet sich in der wissenschaftlichen Auseinandersetzung in der Komponente, dass sich Körperzufriedenheit ausschließlich auf das Aussehen des Körpers und nicht auf Aspekte wie die Gesundheit oder Leistungsfähigkeit des Körpers bezieht (Blake, 2015: 7). In der Folge variieren dementsprechend auch unterschiedliche Definitionen in der empirischen Forschung, weshalb es zunächst zu erläutern gilt, was unter dem Begriff für diese Arbeit verstanden wird. Um eine Definition als Fundament festzulegen, mit der Prozesse der Beeinflussung auf die Wahrnehmung des Körpers nachvollziehbar werden. Aufbauend darauf soll im nächsten Schritt verdeutlicht werden, wie die Selbstwahrnehmung durch mediale Darstellungen von Körpern tatsächlich beeinflusst wird. Zunächst wird in sozialpsychologischen und kommunikationswissenschaftlichen Untersuchungen die Körperzufriedenheit oft durch das übergeordnete Konstrukt des Körperideals oder auch Body Image beschrieben, das sowohl perzeptuelle als auch einstellungsbezogene Aspekte umfasst (Blake, 2015: 7; Thompson & van den Berg, 2004). Die perzeptuelle Dimension beschreibt dabei, wie exakt die subjektive Wahrnehmung des Selbst der objektiven Gestalt entspricht (Blake, 2015: 8). Wenn es zu Abweichungen zwischen der subjektiven Wahrnehmung und der objektiven Körpergestalt kommt, spricht man von Wahrnehmungsverzerrungen (Letosa-Porta et al., 2005: 638). Wesentlich wichtiger für diese Arbeit ist aber die einstellungsbezogene Dimension: Neben vielen anderen Aspekten, wird die Körperzufriedenheit als Subdimension des einstellungsbezogenen Körperbildes verstanden und damit als Einstellung in Form einer psychologischen Tendenz beschrieben, mit der das Aussehen des eigenen äußeren Erscheinungsbilds subjektiv bewertet wird (Blake, 2015: 8). Diese Beobachtung findet sich nach Blake auch in unterschiedlichen Operationalisierungsvarianten verschiedener Studien wieder, in denen die subjektive Bewertung der Zufriedenheit mit dem eigenen Körper überwiegend in drei verschiedenen Formen auftritt: Körperzufriedenheit als subjektive Bewertung, Körperzufriedenheit als wahrgenommene Diskrepanz zwischen körperbezogenen Ist- und Soll-Zuständen und die Körperzufriedenheit als Intensität und Valenz der Gefühle auf das äußerliche Erscheinungsbild (Blake, 2015: 8ff.). Es reicht jedoch noch nicht aus, sich auf die einzelnen Aspekte der

Körperzufriedenheit zu konzentrieren. Um das umfassende Konstrukt holistisch zu erfassen, braucht es auch eine Auseinandersetzung mit der Körperunzufriedenheit, um die Dynamiken, die das Körperbild beeinflussen können, zu ermitteln. Während Körperzufriedenheit, wie eben konstatiert, eine subjektive Bewertung des eigenen äußeren Erscheinungsbilds darstellt, beschreibt Körperunzufriedenheit die negativen Gedanken und Gefühle, die eine Person gegenüber ihrem Körper empfindet (Korte, 2021: 29). Negative Empfindungen können sich dabei sowohl auf den gesamten Körper oder auf einzelne Körperpartien und askriptive Körpermerkmale wie die Hautfarbe, aber auch auf bestimmte Attribute wie die Muskulosität, das Körpergewicht oder die Figur beziehen (Korte, 2021: S. 29). Das Ausmaß an empfundener Unzufriedenheit hängt dabei immer von der Person und den jeweiligen Lebensumständen ab, in der sie sich befindet. Das Kontinuum reicht also von schwachen Ausprägungen, bei denen Betroffene mit eher wenigen oder geringen Aspekten ihres Körpers unzufrieden sind, bis hin zu stärkeren Formen, die wiederum zu erheblichem Stress und bedeutenden Änderungswünschen führen können (Korte, 2021, S. 29). Empfundene Zufriedenheit, beziehungsweise Unzufriedenheit mit dem eigenen Körper begleitet Menschen maßgeblich in allen Lebensbereichen und ist damit entscheidend für das Selbstbild und damit auch der eigenen Identität (Gugutzer, 2005: 329). „Wer sich als dick, klein, alt, sportlich, kraftvoll, schön oder attraktiv wahrnimmt, nimmt damit nicht nur eine Bewertung seines Körpers vor, sondern, wie das Reflexivpronomen »sich« andeutet, auch eine Bewertung seiner selbst.“ (Gugutzer, 2005: 329). Die Bewertung des eigenen Körpers erfolgt, wie bereits festgestellt zwar subjektiv, Körperbilder per se sind allerdings nie etwas rein Individuelles, sondern auch immer mit gesellschaftlich vorherrschenden Körperbildern verknüpft (ebd.). Die Wahrnehmung vom physischen Körper und das Bild, das man von ihm hat, sind also geprägt von der Wahrnehmung des sozialen Körpers (Douglas, 1974) und damit von sozial, wie auch kulturellen Körperbildern und -idealen beeinflusst, die selbst historischen Prozessen des Wandels unterliegen und damit auch innerhalb unterschiedlicher Gesellschaften und Milieus variieren (Gugutzer, 2005: 329). Im Vergleich zu früheren historischen Epochen schreibt Gugutzer heutzutage insbesondere den Massenmedien, der Werbung und der Mode einen größeren Einfluss zu (ebd.). Darüber hinaus sieht er in der wachsenden Bedeutung der Popkultur ein stetiges Unvermögen, sich idealisierten Körperbildern zu entziehen, da Gegenbewegungen zu aktuellen Körperpraxen und dem dazugehörigen Habitus, immer in enger Relation zu ihnen stehen (ebd.). Nachdem mögliche negative Konsequenzen bei einer vorliegenden Unzufriedenheit mit dem eigenen Körper von Frauen bereits gut fundiert werden konnte, zeigten aktuellere Untersuchungen auch ähnliche Ergebnisse und Folgen für Männer. So zeigte Tiggeman et al, dass Männer die davon betroffen

sind, unter Essstörungen, zwanghaftem Training, Steroidkonsum, Depressionen und ein geringem Selbstwertgefühl leiden (ebd.; Tiggeman & Anderberg: 2020). Die anfängliche Erforschung der Körperbildunzufriedenheit bei Männern wurde vor allem dadurch erschwert, dass häufig Messinstrumente verwendet wurden, die ursprünglich für Frauen entwickelt wurden und sich überwiegend auf das Körpergewicht und den Wunsch nach Schlankheit konzentrierten (ebd.). Studien, die Körperbewertungen von sehr dünnen bis sehr dicken Männerfiguren verwendeten, zeigen, dass Männer in etwa gleichmäßig aufgeteilt sind zwischen dem Wunsch, Gewicht zu verlieren oder zuzunehmen (ebd.).

2.2 Die Darstellung von Körpern in Medien

Nachdem die beiden Konstrukte Körperzufriedenheit und Körperunzufriedenheit in einer begrifflichen Auseinandersetzung zusammengeführt wurden und die Bedeutung von Körperzufriedenheit für die Identität erläutert wurde, liegt es für das nun folgenden Kapitel nahe, die Rolle der Medien bei der Konstruktion und Verbreitung von Körperbildern zu betrachten. Hierbei soll aufgezeigt werden, wie mediale Darstellungen von Körpern nicht nur ein idealisiertes Leitbild für Körper vorgeben können, sondern auch die Selbstwahrnehmung und Zufriedenheit der Rezipienten mit ihrem eigenen Körper beeinflussen. Außerdem soll ermittelt werden, in welchem Ausmaß Medieninhalte zur Entstehung von Körperunzufriedenheit beitragen und welche Mechanismen dabei eine Rolle spielen. Grundsätzlich wird der Begriff der Körperdarstellung innerhalb dieser Arbeit als die visuelle, performative Inszenierung der Physis, Mimik, Gestik und Bekleidung von einzelnen, aber auch von mehreren Körperpartien in visuellen oder audiovisuellen Massenmedien, wie Zeitungen, dem Fernsehen und besonders dem Internet verstanden (Blake, 2015: 15; Dimitrou, 2019: 81). Über die Rezeption von Medien werden die Rezipient:innen oft auf unterschiedliche Weise mit physisch attraktiven Models oder Inhalten konfrontiert, die auf das Aussehen fokussieren. Dabei haben heutzutage insbesondere soziale Medien einen bedeutenden Einfluss entwickelt, Attraktivität, Fitness, Gesundheit und Wohlbefinden zu thematisieren, Idealvorstellungen aufrechtzuerhalten und damit auch Unzufriedenheit mit dem eigenen Körper zu steigern (Möri et al., 2022). Da insbesondere soziale Medien im Interesse dieser Arbeit liegen, soll nun erläutert werden, wie diese aufgebaut sind und Rezipient:innen in ihrer Selbstwahrnehmung beeinflussen können.

2.3 Die Rolle von sozialen Medien für die Körperdarstellung

Im Vergleich zu traditionellen Medien bieten soziale Medien Nutzer:innen ein Netzwerk, in dem persönliche Profile erstellt werden können, um sich mit anderen Nutzer:innen zu verbinden, Fotos, Videos und Informationen miteinander zu teilen und so mit ihren Freund:innen zu interagieren (Tiggemann & Zaccardo, 2018). Mit der Entstehung von fotobasierten Social-Media-Plattformen, wurden in den letzten Jahren vermehrt körperliche Stereotype hervorgebracht, die paradigmatisch eine neoliberale Leistungslogik widerspiegeln: Vor allem die heutigen foto- und videografischen Selbstdarstellungsformen von Jugendlichen erscheinen dabei oft auf Social-Media-Plattformen „[...] als Reproduktionsfläche massenmedialer Körperlichkeit, die durch hegemoniale und geschlechtsstereotype Körperbilder charakterisiert werden“ (Schär 2013). Auch wenn viele Jugendliche durch ihre mediale Selbstdarstellung, im Zuge zunehmender Subjektivierung, natürlich auch keinen unwesentlichen Beitrag daran leisten, ebenjene Körperbilder zu hinterfragen (Dimitrou: 2019, 5). Allen sozialen Medien voran, gilt heute insbesondere Instagram mit ungefähr 1,4 Milliarden Nutzer:innen weltweit, als eine der einflussreichsten bildbasierten sozialen Medien. Instagram ist eine ursprünglich für Smartphones entwickelte Foto- und Videopapp, die im Jahr 2010 erschienen ist (Kobilke 2014: 14). Die App besteht aus einer Vielzahl von Bildern und Videos, in denen unterschiedliche Körperideale repräsentiert werden (Pedalino & Camerini: 2022). Vor allem das Aussehen spielt auf der Plattform eine wichtige Rolle. Studien zeigten dabei, dass Jugendliche und junge Erwachsene häufig einen ausgeprägten Druck verspüren, wenn sie zuvor mit schlanken Idealen konfrontiert wurden, ihr Selbst gemäß ihrer Rezeption zu idealisieren, weshalb manche Nutzer:innen auf eine der grundlegenden Funktionen von Instagram zurückgreifen und ihre Inhalte, vor dem Hochladen, mit verschiedenen Filtern bearbeiten (ebd.). Zusätzlich fanden Chua und Chang in einer durchgeführten Interviewstudie mit 24 jugendlichen Mädchen heraus, dass soziale Mediennutzer:innen oft versuchen, den Erwartungen und Vorstellungen ihrer Follower:innen zu entsprechen, indem sie eine „hoch selektive Version ihrer selbst“ zeigen (Chua & Chang: 2016). Nach Pedalino und Camerini ist das Posten von Inhalten unter den vielen Nutzer:innen nicht die vorherrschende Aktivität auf Instagram. Stattdessen nutzen Jugendliche und junge Erwachsene die Plattform hauptsächlich dafür, Profile anderer Nutzer:innen anzuschauen und ihre Inhalte mit Likes zu bewerten (Pedalino & Camerini: 2022; Tiggemann & Zaccardo, 2018). Auch Tiggemann & Zaccardo fanden in diversen Studien, dass auch die Nutzung der mittlerweile weniger beliebten Plattform

Facebook, mit der Internalisierung des Schlankheitsideals, Unzufriedenheit mit dem eigenen Körper und gestörtem Essverhalten in Verbindung stand (Tiggemann & Zaccardo, 2018). Die innerhalb verschiedener Studien präsentierten Ergebnisse weisen bereits auf einen möglichen Zusammenhang zwischen der Rezeption von visuellen Elementen, die sich auf das Erscheinungsbild beziehen, und dem Einfluss auf Probleme mit dem eigenen Körper hin. Um nachvollziehen zu können, wie diese visuellen Elemente aussehen, sollen im nun folgenden Kapitel auch Merkmale einer idealisierten Körperdarstellung und aktuelle Körpertrends diskutiert werden.

2.4 Idealisierte Körperdarstellungen

Betrachtet man Instagram in Anlehnung an Goffmans symbolisch-interaktionistischen Ansatz als Bühne (Goffman 1983: 25), auf der unterschiedliche Inszenierungs- und Austauschpraktiken stattfinden und die Nutzer:innen eine Rolle übernehmen, fungiert der Körper dabei „als leibliche Basis allen Erkennens“ (Hofmann 2017: 167). Damit wird der Körper nicht nur zum Träger von Interaktionsordnungen, sondern auch ein häufiges Motiv für gepostete Bild- und Videoinhalte in der alltäglichen Kommunikation auf sozialen Medien (Dimitrou, 2019: 81). Demnach richtet sich das Medienhandeln vor allem nach Interaktivität, Authentizität und der Opportunität der Distinktion, also um sich abzugrenzen oder bestimmten Idealen anzunähern (ebd.). Die Inszenierung des eigenen Körpers kann über Mimik, Körpersprache, das Aussehen, Kleidung oder Bewegung vermittelt werden und bietet daher vor allem eine wichtige Rolle zur Identitätsbildung für jüngere Menschen (Liebsch: 2017). Soziale Medien ermöglichen es Nutzer:innen, ein gemeinsames Wertesystem in Communities zu entwickeln, und fördern damit zugleich die Herausbildung der Wahrnehmung und Identität des eigenen Körpers (Reckwitz: 2017). Auf diese Weise erhält der dargestellte Körper einen provisorischen Status, der kontinuierlich durch die Aktivierung von Bewertungssystemen wie Likes und Herzen aktualisiert wird (Dimitrou, 2019: 81). Die damit vermittelten Reaktionen und Bewertungen schaffen Bedingungen, auf dessen Grundlage sich Menschen miteinander verknüpfen und ermöglichen „[...]Gemeinsamkeiten und Unterschiede zwischen dem dargestellten Individualkörper und dem imaginären Kollektivkörper [...]“ festzustellen (Dimitrou, 2019: 81). Im Alltäglichen drückt sich das in vielen unterschiedlichen Körpertrends, Challenges oder Bewegungen aus, die vor allem auf Instagram oder TikTok verbreitet sind und dort entweder über kürzere oder längere Zeiträume präsent sein können. Manche dieser Trends, Challenges oder Bewegungen sind dabei an bestimmte Programme oder Routinen geknüpft, die

aus Ernährungstipps oder gezielten Übungen bestehen können, um Erfolge an den verschiedenen Körperarealen zu erzielen. Darunter fallen beispielsweise idealisierte Körpertrends und Challenges für Frauen, wie die *Thigh Gap*, bei der durch bestimmtes Training eine Lücke zwischen den Oberschenkeln entsteht; oder die *Belly-Button-Challenge*: eine Herausforderung, bei der man einen Arm hinter den eigenen Rücken führt und dann versucht, den Bauchnabel mit der Hand zu erreichen (Dimitrou, 2019: 81). Körpertrends, die vor allem auch für Männer in den letzten Jahren immer relevanter wurden, sind zum Beispiel der *Ab-Crack*: eine horizontal über dem Bauchnabel verlaufende Linie, durch die die Muskulatur der Bauchdecke unterteilt wird und die V-Shape: ein trainierter V-förmiger Oberkörper, der oftmals durch einen breiten Rücken, definierte Schultern und Arme, sowie eine schmale Taille mit trainierten Bauchmuskeln charakterisiert wird. (Schoenenberg & Alexandra: 2022; Dimitrou, 2019: 81). Die hier eben beispielhaft angeführten Fitness-Trends finden sich auf Social Media oft unter bestimmten Hashtags, die einen Trend zu einer Art Bewegung formen. Nutzer:innen leiten ihr Handeln letztendlich oft daraus ab und verbinden sich mit anderen Nutzer:innen, die es ihnen gleich tun, was wiederum oft als Fundament zur Bildung einer Online-Community dient (Lazuka et al: 2020).

2.5 Die Fitspiration-Bewegung

Unter vielen unterschiedlichen Trends, die sich innerhalb der letzten Jahre entwickelt haben, zählt vor allem die so genannte ‚Fitspiration‘ oder oft auch verkürzt ‚fitspo‘, als gebräuchlichste Form auf Social-Media, um Fitness-Inspiration zu verbreiten (Carotte et al: 2017). Der Fitspiration-Trend setzt sich thematisch mit der Fitness und Gesundheit des Körpers auseinander. Nutzer:innen teilen Trainingstipps oder gesunde Rezepte zum Nachkochen miteinander oder wollen mit Fotos und Videos, die entweder professionell oder als Selfie aufgenommen wurden, inspirieren (ebd.). Beispielsweise, indem sie Vorher-Nachher Vergleiche nach einer bestimmten Challenge ihres Körpers präsentieren (ebd.). Social-Media-Nutzer:innen abonnieren häufig auf Fitspiration spezialisierte Profile, um entsprechende Inhalte in ihren Newsfeeds zu angezeigt zu bekommen. Zusätzlich werden Fitspiration-Beiträge dabei oftmals mit Hashtags versehen, wie etwa ‚#fitspo‘ versehen, um die gezielte Suche nach thematisch relevanten Inhalten innerhalb der Plattform deutlich zu vereinfachen (ebd.). Im Gegenzug zu anderen, vor allem in den letzten Jahren beliebten Social-Körpertrends, wie der ‚Thinspiration‘, zielt die Fitspiration mehr darauf ab, sich mit der eigenen Gesundheit und Fitness auseinanderzusetzen, während sich die Thinspiration auf den Gewichtsverlust und einen

schlanken Körper konzentriert (Tiggemann et al: 2018). Während die Thinspiration-Bewegung fast ausschließlich Frauen adressierte, gewann mit dem Aufkommen von Fitspiration, die Bedeutung von idealisierten Körperdarstellungen in Form eines Social-Media-Trends, auch für Männer immer mehr an Bedeutung (ebd.). Spätestens stehen seitdem auch vermehrt Männer unter Druck, ein bestimmtes Körperideal zu erreichen, das vor allem durch Medien und Influencer:innen propagiert wird (ebd.). Oft wird, wie zuvor beschrieben, ein muskulöser, V-förmiger Körper mit breiten Schultern, einem flachen Bauch und schmalen Hüften als Idealbild dargestellt, was für die meisten auf gesunde, natürliche Weise und ohne den Gebrauch von bestimmten Substanzen, wie anabole Steroide, kaum erreichbar ist (ebd.). Vergleicht man die beiden Bewegungen miteinander, finden sich im Grunde aber auch in der Fitspiration-Bewegung Darstellungsformen von relativ dünnen Körpern mit definierten Muskelpartien, die sich meistens auch geschlechtsspezifisch an aktuellen Schönheitsidealen orientieren (ebd.). Nach Tiggemann et al und Carotte et al. beeinflusst die Rezeption von Inhalten der Fitspiration-Bewegung zusammenfassend längst nicht mehr ausschließlich Frauen, sondern auch einen immer größer werdenden Anteil an Männern, durch ein Gefühl der Verpflichtung zum Training, um einen bestimmten Körpertyp zu erreichen (Tiggemann et al: 2018; Carotte et al: 2017). Obwohl Fitspiration-Bilder das Thema Fitness betonen, liegt der Fokus initial auf dem äußeren Erscheinungsbild des Körpers, während die eigentliche Funktionalität des Körpers eher in Hintergrund gerät (Carotte et al: 2017). Das bedeutet wiederum, dass innerhalb der Fitspiration-Bewegung nicht mehr nur Frauen, sondern auch Männer objektifiziert werden, indem der Körper als Ansammlung sexuell attraktiver Körperteile dargestellt und bei der Rezeption bewertet wird (ebd.).

2.6 Gegenbewegungen idealisierter Körperdarstellungen

Als Antwort auf Trends wie die Thin- und Fitspiration Bewegungen, die die eben erwähnte Objektifizierung von Körpern fördern, wurden Bewegungen ins Leben gerufen, die sich gegen die oft unrealistischen Darstellungen von Körpern auf Social-Media positionierten (Cwynar-Horta: 2016). Daraus entstanden Bewegungen wie das Body-Positivity oder Body-Neutrality Movement, die mitunter versuchen, auf soziale Einflüsse und Konstrukte der Körpernormen hinzuweisen und stattdessen Selbstliebe und Akzeptanz der Körper jeglicher Form, Größe oder Aussehen zu fördern (ebd.). So gewann die Präsenz der Body-Positivity-Bewegung auf Instagram im Jahr 2012 deutlich an Anhänger:innen. Vor allem Frauen mit Körpern, die gesellschaftlich nicht als normschön bezeichnet werden würden, nutzten die Plattform, um

Selfies zu posten und damit dominante Schönheitsideale in Frage zu stellen: indem sie die Forderung nach glatter, makelloser Haut oder bestimmte Körpergrößen-Normen zu hinterfragen (ebd.).

2.7 Die Rolle von Influencer:innen

Eine weitere wichtige Einfluss- und Vergleichsgröße, neben gleichaltrigen Menschen, die ihre Körper auf Instagram präsentieren, bieten vor allem prominente Persönlichkeiten, die Bilder und Videos aus ihrem persönlichen und beruflichen Leben teilen. Im Jahr 2020 gehörten beispielsweise vier der zehn meistgefolgten Instagram-Accounts attraktiven und sportlichen männlichen Athleten. Die Liste wurde von dem portugiesischen Fußballspieler Cristiano Ronaldo mit 209 Millionen Follower:innen angeführt, der vor allem aufgrund seiner sportlichen Leistungen eine große männliche Fan- und Followerschaft besitzt (Tiggemann & Anderberg, 2020). Ein darüber hinaus wichtiges Merkmal sind die durch Instagram prominent gewordenen Influencer:innen oder auch ‚Insta-Celebs‘, die mit ihrer Reichweite eine große Zahl von Nutzer:innen mit ihren Inhalten ansprechen können (ebd.). Diese Influencer werden dabei oft als besonders attraktiv wahrgenommen und dafür bezahlt, bestimmte Produkte in ihren Instagram-Beiträgen zu bewerben, um die Kaufentscheidungen und andere Verhaltensweisen ihrer Follower zu beeinflussen (ebd.). Doch weit über die klassische Bewerbung von Artikeln hinaus, erfordert es vor allem der Analyse von Beeinflussungen hinsichtlich der beiden Dimensionen der Lebensführung und Ästhetik, die durch Influencer:innen evoziert werden könnten. Betrachtet man die reichweitenstärksten Accounts auf sozialen Medien, zeigt sich eine auffällige Einheitlichkeit in der Darstellung internalisierter Körpernormen (Nymoen & Schmitt, 2023: 115), die insbesondere innerhalb der Fittspiration-Community auch bei Männern deutlich sichtbar wird (ebd.). Fitness-Influencer teilen hier regelmäßig ihre Fortschritte im Training und verknüpfen diese häufig mit spezifischen Ernährungsempfehlungen, die durch Werbekooperationen ergänzt werden (ebd.). Diese Interaktionen setzen sich in den Kommentarsektionen fort, wo oft vor allem junge Nutzer, angeregt durch die präsentierten Vorbilder und deren Inhalte, ihre eigenen Trainingserfahrungen, Fortschritte und Routinen schildern (ebd.). Durch die Beiträge der Influencer:innen erhöht sich damit auch zusätzlicher Druck auf die Community, den Influencer:innen wiederum nutzen, um gezielt Produkte wie Sport-Apps, Power-Drinks oder Fitness-Riegel zu bewerben (ebd.).

2.8 Körperdysmorphie Störung und Muskeldysmorphie

Unter Körperdysmorphien verstehen Forscher:innen die ständige Beschäftigung mit unterschiedlichen körperlichen Makeln. Im Falle der Muskeldysmorphie zeigt sich exzessives Verhalten vor allem durch ausgeprägtes Muskeltraining, häufige Spiegelbetrachtung, die Vermeidung den Körper in der Öffentlichkeit zu zeigen und das Einnehmen von anabolen Steroiden (Cunningham et al: 2020).

Die Forschung zur männlichen Körperwahrnehmung betont vor allem den zunehmenden Druck einem extrem schlanken und muskulösen Erscheinungsbild zu entsprechen, das nach der gesellschaftlichen Norm mittlerweile auch für viele Männer als Idealbild gilt (Lavender, Brown, & Murray, 2017) und sich häufig in Verhaltensweisen äußert, die darauf abzielen, die eigene Muskulosität zu steigern (Cunningham et al.: 2020). Die Muskeldysmorphie gilt dabei als eine spezielle Ausprägung der körperdysmorphen Störung und wird als klinisches Syndrom betrachtet. Sie ist gekennzeichnet durch eine übermäßige Beschäftigung mit der Vorstellung, zu klein, oder unzureichend muskulös zu sein, und ist häufig mit extremen Ernährungs- und Trainingsgewohnheiten verbunden. Muskeldysmorphie stellt dabei ein pathologisches Extrem eines weit verbreiteten Strebens nach Muskulatur dar (ebd.). Die Forschung legt außerdem nahe, dass Muskeldysmorphie vor allem gesellschaftliche Konstrukte von Männlichkeit eine maßgebliche Rolle bei der Entstehung dieser Problematik spielen (ebd.). Die Muskulatur wird von vielen Menschen als bedeutendes Merkmal von Männlichkeit empfunden, wodurch wiederum Eigenschaften wie Stärke, sexuelle Attraktivität oder emotionale Unverwundbarkeit symbolisiert werden. Männer, die stark an traditionellen, hegemonialen Männlichkeitsnormen festhalten, neigen demnach dazu, ein übertriebenes Interesse an einem stark muskulösen Körper zu entwickeln, um eines oder mehrere dieser genannten Attribute zu demonstrieren (ebd.). Ein wichtiger Mechanismus, der in diesem Zusammenhang untersucht wurde, ist die Fähigkeit zur Regulation von Emotionen: Männer, die sich stark an stereotype Vorstellungen von Männlichkeit orientieren, wurden oft so sozialisiert, dass sie ihre emotionale Verletzlichkeit unterdrücken (ebd.). Durch restriktive emotionale Ausdrucksweise kann emotionale Dysregulation gefördert werden, was wiederum Stimmungsschwankungen, wie eine erhöhte

Impulsivität und Aggressionsbereitschaft zur Folge haben kann (ebd.). Männer, die Stress durch wahrgenommene Mängel ihrer Männlichkeit erleben entwickeln häufig maladaptive Bewältigungsstrategien, um ihre Männlichkeit zu bestätigen (ebd.). Dazu gehören auch stereotype, aber dysfunktionale Verhaltensweisen wie Vermeidung oder Unterdrückung von Emotionen, die letztendlich auf lange Sicht emotionale und psychologische Probleme verstärken können. Negative Emotionen, die durch den Druck entstehen, maskulinen Idealen nachzukommen, können extreme Verhaltensweisen, wie den exzessiven Aufbau von Muskulatur begünstigen (ebd.).

3. Theoretische Fundierung

Da die grundlegenden Einflussfaktoren und Mechanismen, die mitunter die Entstehung des heutigen gesellschaftlichen Körperideals bedingt haben, nun erarbeitet wurden, ist es im nächsten Schritt notwendig, genauer auf die dahinterliegenden theoretischen Modelle einzugehen. Alle für diese Arbeit relevanten theoretischen Zugänge und Modelle, sollen deshalb nun in ihren für diese Arbeit relevanten Dimensionen aufgeschlüsselt und erläutert werden.

3.1 Sozialer Vergleich

Die Theorie des sozialen Vergleichs wurde von dem US-amerikanischen Sozialpsychologen Leon Festinger bereits im Jahre 1954 begründet und ist der bisher am häufigsten verwendete Ansatz zur Erklärung der Wirkungsursache medialer Körperdarstellungen auf die Wahrnehmung des eigenen Selbstbildes (Schemer, 2007; Want, 2009). Die Theorie geht dabei grundsätzlich davon aus, dass in jedem Menschen das angeborene Bedürfnis besteht, sich mit anderen Individuen zu vergleichen, um die eigenen Fähigkeiten und Eigenschaften besser einordnen und bewerten zu können (Morf et. Koole, 2014: 148.; Bilandzic et. Matthes: 142). Während sich Festinger in seiner ursprünglichen Theorie allerdings ausschließlich auf Fähigkeiten und Meinungen bezog, entwickelte sich der Ansatz in seinen späteren Arbeiten immer weiter und zeigte in seinen späteren Entwürfen, dass soziale Vergleiche auf allen denkbaren Ebenen der selbstbezogenen Wahrnehmung erweiterbar sind (Blake, 2015: 105). Dabei gilt es zunächst zwischen dem Aufwärtsvergleich, dem Abwärtsvergleich und dem horizontalen Vergleich zu differenzieren. Der Aufwärtsvergleich beschreibt einen Vergleich mit Personen, die einem bezüglich eines bestimmten interessierenden Merkmals überlegen

sind. Ein Aufwärtsvergleich mit einer bekannten Person aus den Medien kann deshalb möglicherweise einen motivationalen Effekt auf die Leistung eines Individuums haben. Gleichzeitig birgt der Aufwärtsvergleich, im Falle unerreichter, selbst gesetzter Vergleichsstandards, aber auch die Gefahr eines verringerten Selbstbewusstseins (Döring, 2013: 300). Unter einem Abwärtsvergleich versteht man den Vergleich einer Person mit anderen Personen, die der Person hinsichtlich eines interessierenden Merkmals unterlegen sind (ebd.). Ein Abwärtsvergleich kann das Selbstwertgefühl einer Person dementsprechend steigern und sich so zum Beispiel auch positiv auf die Bewältigung einer Lebenskrise auswirken (ebd.). Eine wichtige Voraussetzung hierfür ist der Prozess der kontrastiven Verarbeitung, die besagt, dass sich die vergleichende Person von der unterlegenen Personen, mit der ein Vergleich erfolgt, abgrenzen können muss (ebd.). Ist dies nicht der Fall, kann das Phänomen der assimilativen Verarbeitung drohen, bei der die Person befürchtet, selbst in eine ähnliche, beispielsweise gesundheitliche, Lage zu gelangen (ebd.). Der horizontale oder auch Lateralvergleich genannte Vergleich (Bilandzic et. Matthes: 143) liegt vor, wenn sich zwei Personen vergleichen, die hinsichtlich eines interessierenden Merkmals ähnliche Ausprägungen, beziehungsweise Voraussetzungen aufweisen. Dieser Vergleichstyp kann eine realistischere Selbsteinschätzung fördern, weil er auch auf Augenhöhe stattfindet (Döring, 2013:300; Bilandzic et. Matthes, 2015: 143f.).

3.2 Wahrnehmung und sozialer Vergleich mit Medienpersonen

Die soziale Umwelt des Menschen setzt sich allerdings längst nicht mehr nur aus alltäglichen Interaktionen mit realen Mitmenschen aus dem direkten Umfeld zusammen, sondern findet zu großen Teilen in digitalen Begegnungsräumen mit fiktiven Figuren und öffentlichen Medienpersonen statt. Durch die menschliche Fähigkeit zur Empathie können Mediennutzer:innen auf vielgestaltige Art und Weise auf Medienfiguren reagieren. Besonders stark können in diesen Prozessen Emotionen und das Selbstkonzept der rezipierenden Personen beeinflusst werden (ebd.). Beispielsweise kommt es beim Betrachten einer idealisierten Körperdarstellung in den Medien oftmals zu einem Aufwärtsvergleich, der abhängig vom Individuum entweder zu Frust und Depressivität über das eigene Körperbild führen kann oder als Antrieb, dem Vorbild nachzueifern (Peter et. Brosius, 2020: 56). So können zum Beispiel Fitspiration-Hashtags als Nachrichten fungieren, die in sozialen Medien verbreitet werden und den Nutzern eine Quelle zur Selbsteinschätzung bieten (Tiggemann & Zaccardo, 2015). Der Vergleich mit Medienpersonen hängt, ähnlich zu den sozialen Vergleichen mit Menschen aus

dem persönlichen Umfeld, von dem Verhältnis zwischen Rezipient:innen und Medienperson ab (Döring, 2013: 301). Der große Unterschied ist der dabei, vor allem im Vergleich zur Normalbevölkerung, hohe Anteil an medial idealisierten Eliten, mit denen Rezipierende konfrontiert sind.

Der Lateralvergleich ist nicht nur im realen Leben sehr funktional, sondern auch mit Blick auf die Mediennutzung und bietet daher eine weitere plausible theoretische Erklärung für die Befunde der PSI- und Identifikationsforschung, nach denen Menschen sich häufig Medienpersonen zuwenden, die ihnen möglichst ähnlich sind. Der Vergleich mit Personen, die einem überlegen sind, ist möglich, aber häufig dysfunktional, da er die eigene Selbstbewertung erschwert und unter Umständen sogar das Selbstbewusstsein mindert. Aufwärtsvergleiche wirken allerdings nicht in jedem Fall dysfunktional und können auch positive Effekte auf die jeweilige Person haben. Sie werden daher bewusst zumeist von selbstsicheren-, -bewussten und -reflektierten Menschen vorgenommen, die sich davon wertvolle Hinweise und Informationen versprechen wie sie sich selbst beziehungsweise die eigenen Fähigkeiten und Eigenschaften verbessern können (Bilandzic et. Matthes, 2015 :144). Soziale Vergleiche fokussieren dabei meist auf situative Effekte: Beim Betrachten einer idealisierten Körperdarstellung in den Medien kommt es zum Aufwärtsvergleich, der abhängig vom Individuum zu Frust oder Deprimiertheit über das eigene Körperbild führen kann oder aber dazu, dem Vorbild nachzueifern (Peter et. Brosius, 2020: 56). Da diese präsentierten Schönheitsideale aber für die meisten Menschen nur schwer erreichbar sind, kann der Vergleich im schlimmsten Fall zu krankhaftem Verhalten führen (ebd.).

3.3 Kultivierung

Der Kultivierungsansatz wurde ursprünglich im Hinblick auf Gewaltdarstellungen im Fernsehen von Gerbner und Gross im Jahr 1976 entwickelt. Der Ansatz geht ganz grundlegend davon aus, dass die wiederholte umfängliche Rezeption unterschiedlicher Massenmedien Rezipient:innen dazu verleitet, die vermittelten Informationen in ihr eigenes Weltbild zu integrieren (Peter & Brosius: 2021; Stein et al: 2021), wodurch eine „medienkonforme Beeinflussung“ (Hoffmann, 2019: S. 428) stattfindet. Demzufolge entsteht dabei also eine bestimmte konstruierte Sicht der Wirklichkeit, die in die eigene Lebenswelt integriert und anschließend kultiviert wird (ebd.). „Durch kontinuierliche mediale Wiederholung sozialer Phänomene, Narrative und Stereotype werden bestimmte Eindrücke dauerhaft verstärkt.

Demzufolge tritt bei RezipientInnen, die besonders viel fernsehen, der Effekt ein, dass sich für sie die gesellschaftliche Realität verzerrt, und zwar „[...] in Richtung der dargestellten Medienbilder/-welt“ (Hoffmann, 2019: S. 428). Die damit einhergehenden Probleme bestehen nach Stein et al. in der Bedrohung von politischer Vielfalt in einer Gesellschaft oder der Desensibilisierung gegenüber Gewalt. Laut Forscher:innen zum Thema Körperbild bietet der Kultivierungsansatz nicht nur eine Erklärung dafür, warum Nutzer:innen traditioneller Medien oft unzufriedener mit ihrem eigenen Körper sind (Botta, 1999; Grabe et al., 2008; Holmstrom, 2010), sondern auch für daraus resultierende Verhaltensweisen wie die Entwicklung von Essstörungen (Shanahan & Morgan, 1999). Da bestimmte Schönheitsideale und Fitnesspraktiken in den bevorzugten Medien wiederholt propagiert werden, neigen Rezipienten:innen dazu zu glauben, dass diese Darstellungen die gesellschaftliche Norm darstellen, und übernehmen sie in ihr eigenes Einstellungssystem (Stein et al.: 2021). Infolgedessen können selbst geringfügige Abweichungen vom kultivierten Ideal starke Verhaltensanstrengungen hervorrufen, um sich den medienvermittelten Schönheitsnormen anzupassen (ebd.). Im aktuellen Verständnis der Kultivierungstheorie entsprechen diese Veränderungen unterschiedlichen Ebenen oder sogenannten Ordnungen der Kultivierung. Die erste Ordnung beschreibt Veränderungen in der Einschätzung realer Häufigkeiten, Ereignisse und Verteilungen, die sich aus dem Konsum von Massenmedien ergeben (ebd.). Darauf aufbauend umfasst die zweite Ordnung Transformationen der Einstellungen und Wertesysteme des Publikums, die auf diesen veränderten Annahmen beruhen (ebd.). In einer neueren Erweiterung der Theorie fügten Nabi und Sullivan (2001) eine dritte Ordnung hinzu, die Veränderungen im beobachtbaren Verhalten von Mediennutzern erfasst, die aus den beiden vorherigen Prozessen resultieren (ebd.).

3.4 Tripartite-Influential Model

Das Tripartite Influence Model wurde ursprünglich von Thompson et al. (Thompson et al.: 1999) entwickelt und beschreibt die Entstehung von Körperbildstörungen und Essstörungen als Zusammenspiel dreier zentraler Einflussquellen: Peers (Gleichaltrige), der Eltern (Familie) und den Medien (Van den Berg, et al.: 2002). Diese Faktoren prägen das Selbstbild und die Wahrnehmung des eigenen Körpers laut der Theorie bereits in jungen Jahren und können langfristig zu Unzufriedenheit mit dem eigenen Aussehen und gestörtem Essverhalten führen (ebd.). Als zentraler Mechanismus dieses Modells fungiert die Internalisierung gesellschaftlicher Schönheitsideale. Durch den ständigen Kontakt mit medialen Darstellungen

eines vermeintlich perfekten Körpers entwickeln viele Menschen den Wunsch, diesen Idealen zu entsprechen (ebd.). Die Familie und der Freundeskreis können diesen Einfluss verstärken, indem sie durch direkte oder subtile Kommentare die Wahrnehmung des eigenen Körpers beeinflussen (ebd.). Ein weiterer wichtiger Mediator im Modell ist der bereits erläuterte soziale Vergleich. Gerade in sozialen Gruppen, in denen Aussehen eine große Rolle spielt, kann dieser Vergleich zu Unsicherheiten und Selbstzweifeln führen (ebd.). Studien zeigen, dass negative Kommentare von Freunden oder Familie sowie der Druck durch soziale Medien besonders starke Auslöser für Unzufriedenheit mit dem eigenen Körper sein können (ebd.). Die Konsequenzen dieser Prozesse sind vielfältig. Unzufriedenheit mit dem eigenen Körper kann wiederum zu restriktivem Essverhalten, übermäßigem Sport oder Essstörungen wie führen (ebd.).

3.5 Lernen an Rollenmodellen

Albert Banduras sozial-kognitive Theorie beschreibt das Lernen an Rollenmodellen als einen mehrstufigen Prozess, bei dem Menschen Verhaltensweisen durch Beobachtung übernehmen (Bandura, 1986). Genauer untersuchte er „die Persönlichkeitsentwicklung von Menschen im Kontext medial vermittelter Modelle mit Vorbildcharakter“ (Hoffmann, 2019: S. 430), in dem er versuchte herauszufinden, ob und inwieweit Rezipient:innen durch die Beeinflussung von Medien bestimmte Einstellungen oder Verhaltensweisen in ihre Lebensrealität integrierten (Hoffmann, 2019: S. 430). In seinem Modell spielen vier zentrale Phasen eine Rolle, zwischen denen er unterscheidet und die folgendermaßen ablaufen: die Aufmerksamkeitszuwendung, die Behaltensphase, die Reproduktionsphase und die Motivationale Phase. Zunächst muss ein Verhalten aufmerksam wahrgenommen werden, bevor es kognitiv gespeichert und später selbst reproduziert werden kann (Bandura, 1986). Ob es tatsächlich nachgeahmt wird, hängt in der Folge von der Motivation des Individuums ab. Eine favorisierte Verhaltensweise von Medienpersonen wird demnach zunächst auf eine mögliche Adaptierbarkeit überprüft, indem es in ein Verhältnis zu den eigenen Fähigkeiten gestellt wird (ebd.; Hoffmann, 2019: S. 430). Wenn die rezipierende Person hinter der erwünschten Verhaltensweise einen Erfolg sieht, steigt die Wahrscheinlichkeit der Nachahmung und sinkt dementsprechend bei einem eingeschätzten Misserfolg (Hoffmann, 2019: S. 430). Als besonders prägend erkannte Bandura Rollenmodelle, mit denen sich die beobachtende Person identifiziert hatten oder die gesellschaftlich als erfolgreich gelten. Bandura betont zudem die Bedeutung medialer Vorbilder – insbesondere Massenmedien können dabei Verhaltensweisen, Normen und Werte in der Gesellschaft

verbreiten und verstärken (ebd.). Besonders innerhalb sozialer Netzwerke verhalten sich, vor allem im Vergleich zu eher konventionellen Medien, Beziehungen zu Rollenmodellen eher persönlicher und haben dort vor allem im Hinblick auf die Vermittlung von Werten, die Lebensstilorientierung und auch idealisierte Körpermaße oftmals einen Vorbildcharakter (Perloff, 2014: S. 366).

4. Der aktuelle Forschungsstand

Da nun auch die für diese Arbeit relevanten theoretischen Konstrukte ausgiebig erläutert wurden, gilt es im nächsten Schritt, die Bedeutung und Relevanz der aktuellen Forschung in den Kontext dieser Arbeit einzubetten. Die Berücksichtigung des aktuellen Forschungsstands soll einerseits dazu beitragen, einen vertiefenden Überblick über unterschiedliche Dimensionen zu vermitteln, aber auch, um die Validität der theoretischen und methodischen Ansätze dieser Arbeit zu untermauern. Darüber hinaus soll damit die Entwicklung des Forschungsfeldes nachvollziehbar dargestellt werden, um die Relevanz der eigenen Fragestellung in Bezug auf bestehende wissenschaftliche Diskurse anschließend unterstreichen zu können. Im hier nun folgenden Kapitel sollen dementsprechend drei ausgewählte Studien beleuchtet werden, die für diese Arbeit entweder durch ihre theoretischen, wie methodologischen Zugänge relevant sind und um bereits erforschte Ergebnisse darzulegen.

4.1 Muskeldysmorphie und Fitspiration-Inhalte

Die Inspiration für diese Arbeit fand ihren Ursprung vor allem in der Forschung von Katrin Schoenenberg und Alexandra Martin (vgl. Schoenenberg & Martin: 2020). In ihrer Untersuchung beleuchteten sie die Bedeutung von Instagram von Fitspiration-Bildern für die muskeldysmorphie Symptomatik und legten dabei einen besonderen Fokus auf die Internalisierung des männlichen Schönheitsideals durch soziale Medien, was wiederum das theoretische und methodologische Fundament für diese Arbeit bildet. Sie gingen auf der Basis zahlreicher Studien davon aus, dass der Konsum sozialer Medien mittlerweile auch für Männer einen nachweislich negativen Einfluss auf das Körperbild hat. Als theoretische Grundlage dieser Studie diente das bereits vorgestellte Tripartite Influence Model (van den Berg et al., 2002), das die Internalisierung des medialen Schönheitsideals und die Tendenz zu aussehensbezogenen Vergleichen als wesentliche Mediatoren des Einflusses sozialer Medien auf das Körperbild

identifiziert. Studien konnten bestätigen, dass soziale Medien, insbesondere Netzwerke wie Instagram, das Risiko von Körperunzufriedenheit und gestörtem Verhalten wie Muskeldysmorphie erhöhen können. Weitere Forschung zeigten außerdem, dass insbesondere Fitspiration-Bilder, die auf den Muskelaufbau abzielen, einen signifikanten Zusammenhang mit einer negativen Körperwahrnehmungen von Rezipienten haben.

Der Effekt wurde besonders durch die Internalisierung eines mesomorphen Schönheitsideals verstärkt, wobei auch soziale Vergleiche und die Unzufriedenheit mit dem eigenen Körper eine zentrale Rolle spielen. Sie gingen darauf aufbauend davon aus, dass diese Dynamik zu pathologischen Verhaltensmustern führen können, die der Symptomatik der Muskeldysmorphie entsprechen. Die Ergebnisse der Studie zeigten, dass die Nutzung von Instagram tatsächlich einen signifikanten Einfluss auf das Körperbild von Männern haben kann und insbesondere die Internalisierung des medialen Schönheitsideals stark ausgeprägt war. Sie stellten außerdem fest, dass Männer, die Kraftsport betreiben, stärkere muskeldysmorphie Symptome aufwiesen als andere Sportlergruppen. Die Untersuchung der Mediatoren zeigte, dass die Tendenz zu aussehensbezogenen Vergleichen und die Nutzung von Fitspiration-Bildern als zentrale Faktoren wirkten. Als limitierender Faktor dieser Studie lässt sich anmerken, dass die Zusammensetzung der Stichprobe spezifisch aus Männern bestand, die regelmäßig Sport und insbesondere Kraftsport ausübten, wodurch eine Generalisierbarkeit der Ergebnisse nur eingeschränkt möglich ist. In Verbindung mit der spezifischen Stichprobe scheint auch eine erhöhte Ausprägung einer muskeldysmorphen Symptomatik vorzuliegen, was vor allem im Vergleich zu Angaben der Prävalenz, die innerhalb der deutschen Allgemeinheit gemacht wurden, deutlich wird. Die Studie liefert damit erste Hinweise in einem bisher eher spärlich erforschten Feld, legt aber nahe, dass zukünftige Forschung breitere Stichproben sowie experimentelle Designs einbeziehen sollte, um die zugrunde liegenden Mechanismen genauer zu verstehen.

4.2 Muskeldysmorphie und Social Media

Auch Luigi Donnarumma und John Mingoia untersuchten in ihrer Arbeit „An investigation of the relationship between social networking site activities and muscle dysmorphia in young men“ den Zusammenhang zwischen der Nutzung von Social Media und Symptomen der Muskeldysmorphie bei jungen Männern (vgl. Donnarumma & Mingoia, 2024). Die Forscher:innen beobachteten insbesondere, inwieweit die Rezeption von Fitness-, aber auch

von Mode-Inhalten, sowie das Streben nach Likes bei eigenen Beiträgen mit einer verstärkten Wahrnehmung von Symptomen einer muskeldysmorphen Symptomatik zusammenhängen. Für die Untersuchung wurden insgesamt 95 Männer zwischen 18 und 34 Jahren befragt, die nach eigenen Angaben regelmäßig Social Media nutzen. Zusätzlich wurden sowohl die Intensität und Art der Social-Media-Nutzung als auch verschiedene Aspekte der Körperwahrnehmung und der muskeldysmorphen Symptomatik in einem Online-Survey erfragt. Dabei wurden außerdem demografische und körperbezogene Faktoren wie das Alter, der Body-Mass-Index und das Trainingsverhalten miteinbezogen. Die Nutzung von Social-Media wurde dabei nach der Art der rezipierten Inhalte und der Bedeutung von Likes differenziert. Auch hier zeigten die Ergebnisse, dass eine intensivere Auseinandersetzung mit muskulösen Körperidealen in Social Media oft mit stärker ausgeprägten Muskeldysmorphie-Symptomen einherging. Besonders der Vergleich mit idealisierten Körperbildern und die Bedeutung, die den Reaktionen auf eigene Beiträge beigemessen wurde, korrelierten mit einer kritischeren Wahrnehmung der eigenen Muskulatur. Abgesehen von der relativ geringen Stichprobenanzahl, lässt sich innerhalb dieser Arbeit vor allem die fehlende Differenzierung verschiedener sozialer Medienplattformen als limitierender Faktor anführen, da Plattformen mit ihren unterschiedlichen Mechanismen teilweise auch abweichende Formate kultivieren und damit auch Auswirkungen auf das Nutzerverhalten haben können.

4.3 Muskeldysmorphie und Bildschirmzeit

Auch Ganson et al. untersuchten 2023 mit ihrer Arbeit ‚The Impact of Screen Time on Muscle Dysmorphia Symptoms in Canadian Adolescents and Young Adults‘ den Zusammenhang zwischen der Nutzung verschiedener Medien und Symptomen von Muskeldysmorphie bei Jugendlichen und jungen Erwachsenen in Kanada (vgl. Ganson et al., 2023). Ziel der Studie war es, herauszufinden, ob Menschen die mehr Zeit mit unterschiedlichen Bildschirmaktivitäten verbringen, stärker von Symptomen einer muskeldysmorphen Symptomatik betroffen sind und ob es in diesem Zusammenhang auch ein Unterschied zwischen den Geschlechtern vorliegt. Ganson et al. unterschieden dabei zwischen verschiedenen Bildschirmaktivitäten wie sozialen Medien, Textnachrichten, Video-Chats, Streaming-Anbietern und Serien und Videospielen. Gleichzeitig erfassten sie die Symptome der Muskeldysmorphie anhand standardisierter Fragebögen. Auch Ganson et al. konnten dabei feststellen, dass eine insgesamt höhere Bildschirmzeit mit stärkeren Symptomen von Muskeldysmorphie verbunden war. Die Forscher:innen stellten außerdem

geschlechtsspezifische Unterschiede fest: Während die Nutzung sozialer Medien bei Männern wesentlich häufiger mit stärkeren Symptomen der Muskeldysmorphie korrelierte, war es bei der Gruppe der Frauen eine intensivere Nutzung von Video-Chats, die mit einer höheren Ausprägung von Symptomen einherging. Das vermehrte Schreiben von Textnachrichten war dabei mit stärkeren Symptomen bei beiden Geschlechtern ausgeprägt. Die Ergebnisse zeigten, dass eine exzessive Bildschirmnutzung das Risiko für eine negative Körperwahrnehmung und die muskeldysmorphie Symptomatik erhöhen können. Die Studie lieferte damit also erste Ergebnisse zu unterschiedlichen geschlechtsspezifischen Zusammenhängen bei einer großen Stichprobenanzahl, zwischen der Rezeption von Medieninhalten und Muskeldysmorphien. Ein limitierender Faktor der Studie ist allerdings, dass sich Ganson et al. lediglich die Gesamtbildschirmzeit innerhalb verschiedener Medienformen untersucht haben, ohne diese Inhalte genauer zu klassifizieren und damit in einen Kontext zu der Nutzung herzustellen, um zwischen den unterschiedlichen Wirkungsweisen auf die Selbstwahrnehmung zu differenzieren.

4.4 Muskeldysmorphie und soziale Interaktionsbereitschaft

Die Studie von Schneider et al. mit dem Titel ‚Effects of muscle dysmorphia, social comparisons and body schema priming on desire for social interaction: An experimental approach‘ von 2017 untersuchte den Zusammenhang zwischen einer muskeldysmorphen Symptomatik, sozialen Vergleichen und der Bereitschaft zur sozialen Interaktion von Männern (vgl. Schneider et al., 2017). Ziel der Studie war es zu untersuchen, wie die Selbstwahrnehmung des eigenen Körpers und soziale Vergleichsprozesse die Bereitschaft zu soziale Interaktionsbereitschaft beeinflussen können. Dafür rekrutierten die Forscher:innen insgesamt 100 sportlich aktive Männer und teilten sie in zwei Gruppen ein. Eine Experimentalgruppe, die im Vorfeld durch ein Priming-Verfahren den eigenen Körper anhand von vorgegebenen Bildern mit unterschiedlichen Körperfettanteilen einordnen sollten und eine Kontrollgruppe. Anschließend sollten die Teilnehmer:innen angeben, wie sehr sie an einer sozialen Interaktion mit männlichen oder weiblichen Stimuluspersonen mit unterschiedlichen Attraktivitätslevels interessiert waren. Die Ergebnisse zeigten, dass Männer mit einem höheren Risiko für Muskeldysmorphie ein signifikant geringeres Verlangen nach sozialer Interaktion als Männer mit einem geringeren Risiko für Muskeldysmorphie hatten. Schneider et al. stellten außerdem fest, dass eine Neigung zu abwärts gerichteten sozialen Vergleichen, bei denen die eigene Körperwahrnehmung als schlechter empfunden wird als die anderer, auch mit einem verringerten Bedürfnis nach sozialer Interaktion einherging. Schneider et al. unterstrichen in

ihrer Arbeit die Bedeutung der sozialen Wahrnehmung und des sozialen Vergleichs im Kontext der Muskeldysmorphie und konnten zeigen, dass Männer mit einem Risiko für Muskeldysmorphie nicht nur eine verzerrte Wahrnehmung ihres Körpers haben, sondern auch soziale Isolation und negative psychologische Auswirkungen erfahren können, wenn sie sich aufgrund ihrer Körperwahrnehmung von sozialen Interaktionen distanzieren. Die Studie lieferte damit bereit 2017 wertvolle erste Einblicke in die Zusammenhänge zwischen Muskeldysmorphie, soziale Vergleichsprozesse und dem sozialen Rückzug von betroffenen Personen. Nichtsdestotrotz gilt es auch innerhalb dieser Arbeit abschließende Limitationen zu erwähnen: Die geringe Stichprobengröße reduziert die inferenzstatistische Aussagekraft, sodass einige Ergebnisse möglicherweise aufgrund der begrenzten Fallzahl nicht die Signifikanzschwelle erreichten. Zudem fehlten präzise diagnostische Kategorien und validierte deutsche Messinstrumente für die muskeldysmorphie Symptomatik, was die Vergleichbarkeit der Ergebnisse erschwert.

5. Forschungsfragen und Hypothesen

In den vorhergehenden Kapiteln konnte ein nun sowohl theoretisch als auch methodischer Überblick vermittelt werden, der für den nun folgenden empirischen Teil, vor allem in Bezug auf die Entwicklung der forschungsleitenden Fragen und die abzuleitenden Hypothesen, maßgeblich war. Zusammenfassend sollen die relevanten theoretischen Konstrukte und empirischen Arbeiten deshalb kurz und im Hinblick auf ihre wichtigsten Funktionen für diese Arbeit erwähnt werden.

Die Theorie des sozialen Vergleichs besagt, dass Menschen sich mit anderen vergleichen, um ihre eigenen Fähigkeiten besser einschätzen zu können. Dabei wird zwischen drei Arten von Vergleichen unterschieden: Aufwärts mit überlegenen Personen, abwärts mit unterlegenen Personen und horizontal mit ähnlichen Personen. Diese Vergleiche können das Selbstwertgefühl beeinflussen und durch gesellschaftliche Faktoren, wie Geschlechterrollen, verstärkt werden.

Der Kultivierungsansatz besagt, dass die wiederholte Mediennutzung die Wahrnehmung der Realität verändern und zu einer medienkonformen Beeinflussung führen kann, wodurch unrealistische Schönheitsideale übernommen werden können, was langfristig zu Unzufriedenheit mit dem eigenen Körper und Essstörungen führen kann.

Das Tripartite-Influence Model erklärt Körperbildstörungen durch die Wechselwirkungen zwischen Peers, Familie und Medien, wobei vor allem die Internalisierung von Schönheitsidealen und der soziale Vergleich eine zentrale Rolle spielen.

In der Theorie des Lernen an Rollen wird betont, dass Menschen Verhaltensweisen durch die Beobachtung von Medienvorbildern übernehmen, wenn diese als adaptierbar wahrgenommen werden und eine Motivation besteht, sie nachzuahmen. Die Mediatisierung beschreibt den gesellschaftlichen Wandel, bei dem Medien eine zentrale Rolle in sozialen und kulturellen Prozessen spielen.

Alle vier der hier vorgestellten Studien zur Muskeldysmorphie und ihren jeweils unterschiedlichen Forschungsschwerpunkten, wie sozialen Medien, der Bildschirmzeit und sozialen Interaktionen, zeigten, wie Medienkonsum und vor allem soziale Vergleiche das Körperbild negativ beeinflussen und schließlich auch die Muskeldysmorphie fördern können. Alle betonten dabei den Einfluss von sozialen Medien und idealisierten Körperbildern auf die Körperwahrnehmung und die Entwicklung von muskeldysmorphen Symptomen. Insbesondere Fitspiration-Inhalte und soziale Vergleiche konnten dabei als Prädiktor für Muskeldysmorphie identifiziert werden. Die Studien von Schoenenberg und Martin (2020) sowie Donnarumma und Mingoia (2024) konzentrierten sich auf die Rolle von Social Media bei der Internalisierung von Schönheitsidealen und der Bedeutung von Likes und sozialen Vergleichen. Ganson et al. (2023) differenzierten zwischen verschiedenen Bildschirmaktivitäten und fanden geschlechtsspezifische Unterschiede im Zusammenhang mit Muskeldysmorphie. Schneider et al. (2017) untersuchten die sozialen Auswirkungen und insbesondere die Neigung zur Isolation bei Betroffenen.

5.1 Forschungsleitende Fragen

Aus der eben erwähnten theoretischen Fundierung und den Forschungslücken der vorgestellten Studien, lassen sich drei hier nun folgende forschungsleitende Fragen formulieren, die den Anspruch erheben, alle angeschnittenen Dimensionen bestmöglich abzubilden.

Forschungsfrage 1:

Besitzen jüngere Menschen ein stärker internalisiertes mediales Körperbild als ältere

Menschen und sind damit auch stärker von Muskeldysmorphie betroffen?

Basierend auf der Theorie des sozialen Vergleichs und dem Kultivierungsansatz, mit dem die Auswirkungen der Medienrezeption von Inhalten, die das Körperbild beeinflussen und das Selbstwertgefühl verändern können, soll untersucht werden, ob innerhalb unterschiedlicher Altersgruppen auch unterschiedliche Ausprägungen von einer Muskeldysmorphie bestehen.

Forschungsfrage 2:

Besteht ein positiver Zusammenhang zwischen einer allgemein erhöhten Nutzungshäufigkeit von Instagram und dem Streben nach Muskulosität?

Aufgrund der bereits dargestellten maßgeblichen Tragweite von sozialen Medien, speziell Instagram und dem Einfluss auf das Streben nach Muskulosität, knüpft diese Forschungsfrage an die Ergebnisse der vorgestellten Studien an, die den Zusammenhang zwischen Social Media-Nutzung und Körperbildstörungen betonen.

Forschungsfrage 3:

Besteht ein positiver Zusammenhang zwischen der Nutzung von Fitspiration-Bildern und dem Streben nach Muskulosität?

Insbesondere in Anlehnung an die Arbeit und Ergebnisse von Schoenenberg & Martin, soll der spezifischen Einfluss der Fitspiration-Bewegung auf das Streben nach Muskulosität untersucht werden.

5.2 Hypothesen

Auf Basis, der hier eben formulierten Forschungsfragen sollen nun dementsprechende Hypothesen abgeleitet werden, die im Rahmen dieser Arbeit geprüft werden sollen. Angefangen mit einfachen Zusammenhangshypothesen, wurden außerdem Mechanismushypothesen und Moderationshypothesen formuliert, um verschiedene Effekte und mögliche Zusammenhänge zu untersuchen und miteinander vergleichen zu können.

5.2.1 Zusammenhangshypothesen

H1: Je jünger eine Person ist, desto intensiver nutzt sie wahrscheinlich Instagram.

X: Unabhängige Variable

Y: Abhängige Variable

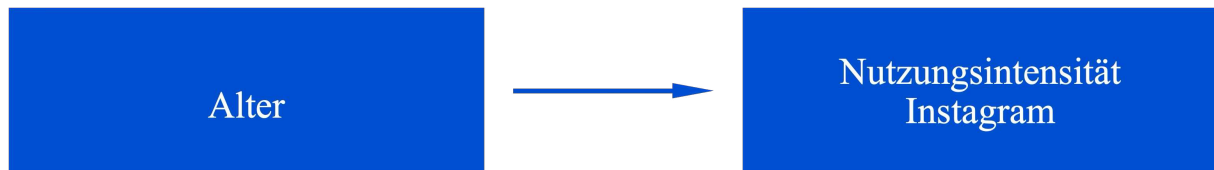


Abbildung 1: Zusammenhang zwischen Alter und der Nutzungsintensität von Instagram

H2: Je höher die Nutzungshäufigkeit von Instagram einer Person ist, desto stärker internalisiert sie wahrscheinlich medial vermittelte Körperbilder.

X: Unabhängige Variable

Y: Abhängige Variable

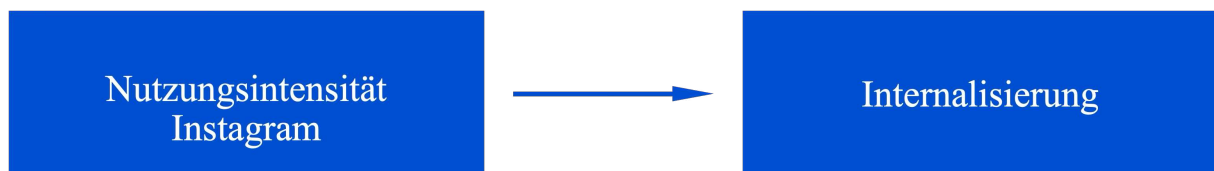


Abbildung 2: Zusammenhang zwischen der Nutzungsintensität von Instagram und der Internalisierung von Schönheitsidealen

H3: Je höher die Nutzungshäufigkeit von Instagram einer Person ist, desto stärker vergleicht sie ihr Aussehen wahrscheinlich auch mit anderen Instagram-Nutzer:innen.

X: Unabhängige Variable

Y: Abhängige Variable

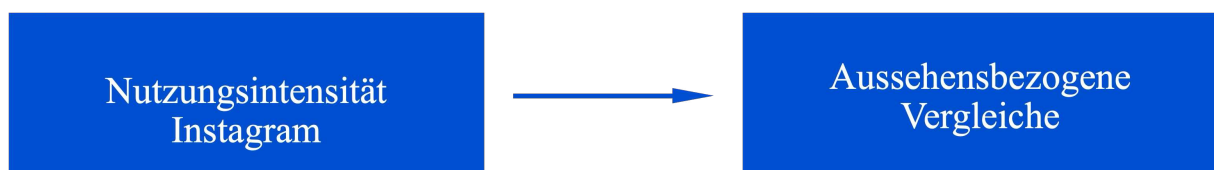


Abbildung 3: Zusammenhang zwischen Nutzungsintensität und Aussehensbezogenen Vergleichen

5.2.2 Mechanismushypothesen

H4: Je intensiver die Person Instagram nutzt, desto mehr internalisiert sie medial vermittelte Körperbilder und desto größer ist die Wahrscheinlichkeit einer muskeldysmorphen Störung.

X: Nutzungsintensität Instagram; M: Internalisierung; Y: Muskeldysmorphie

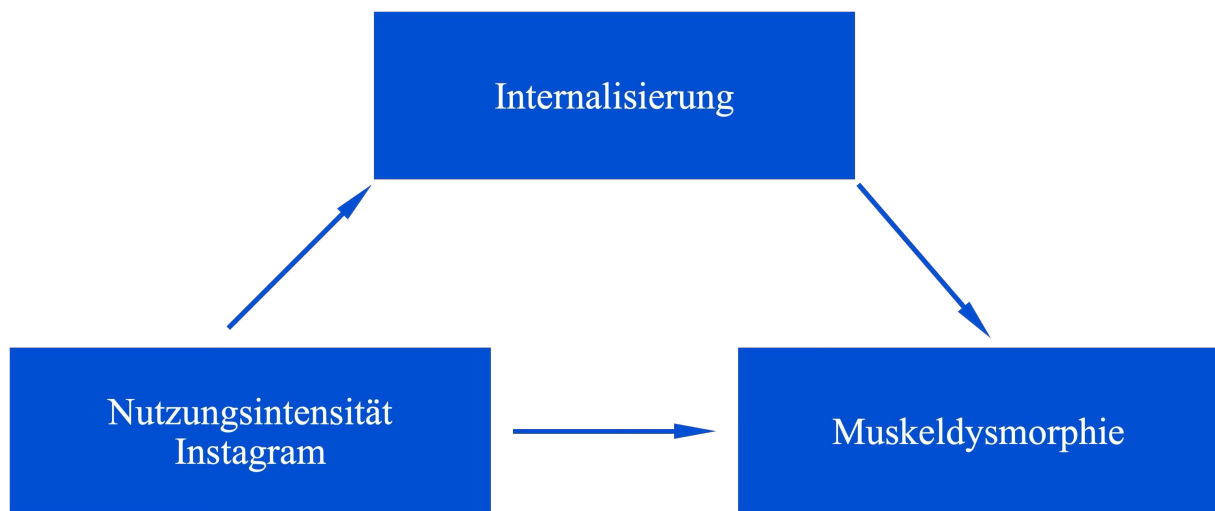


Abbildung 4: Mechanismus Nutzungsintensität, Muskeldysmorphie und Internalisierung

H5: Je stärker die Tendenz zu Aussehens bezogenen Vergleichen, desto höher die Nutzungsintensität und desto größer die Wahrscheinlichkeit einer körperdysmorphen Störung.

X: Aussehensbezogene Vergleiche; M: Nutzungsintensität Instagram; Y: Muskeldysmorphie

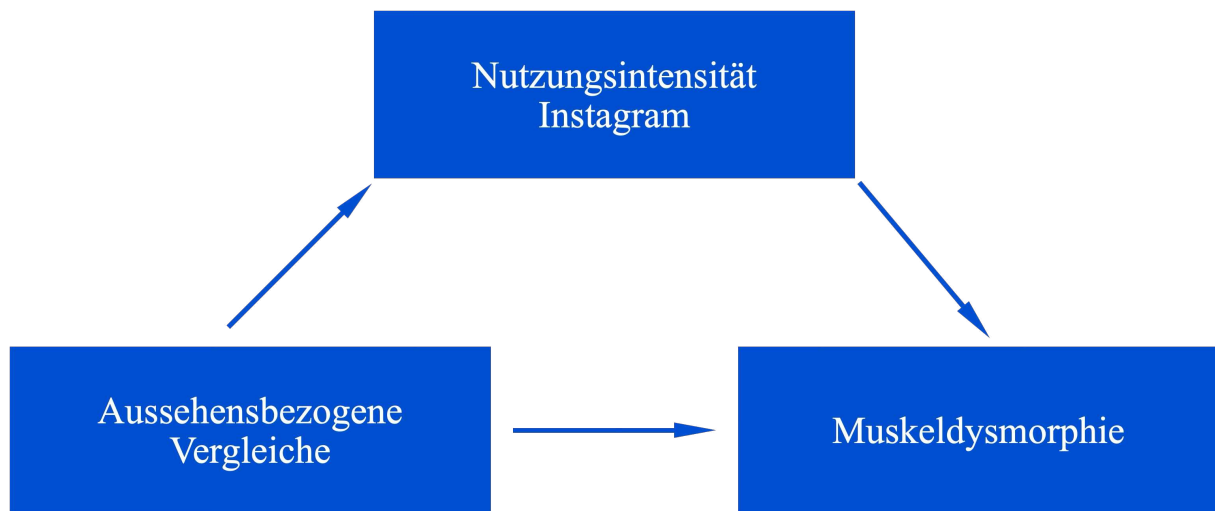


Abbildung 5: Mechanismus Aussehensbezogene Vergleiche, Muskeldysmorphie, Nutzungsintensität Instagram

H6: Je intensiver Personen Instagram nutzen, desto stärker ist wahrscheinlich auch ihr Streben nach Muskulosität, was wiederum mit einer höheren Wahrscheinlichkeit zu einer muskeldysmorphen Symptomatik führt.

X: Nutzungsintensität Instagram; M: Streben nach Muskulosität; Y: Muskeldysmorphie

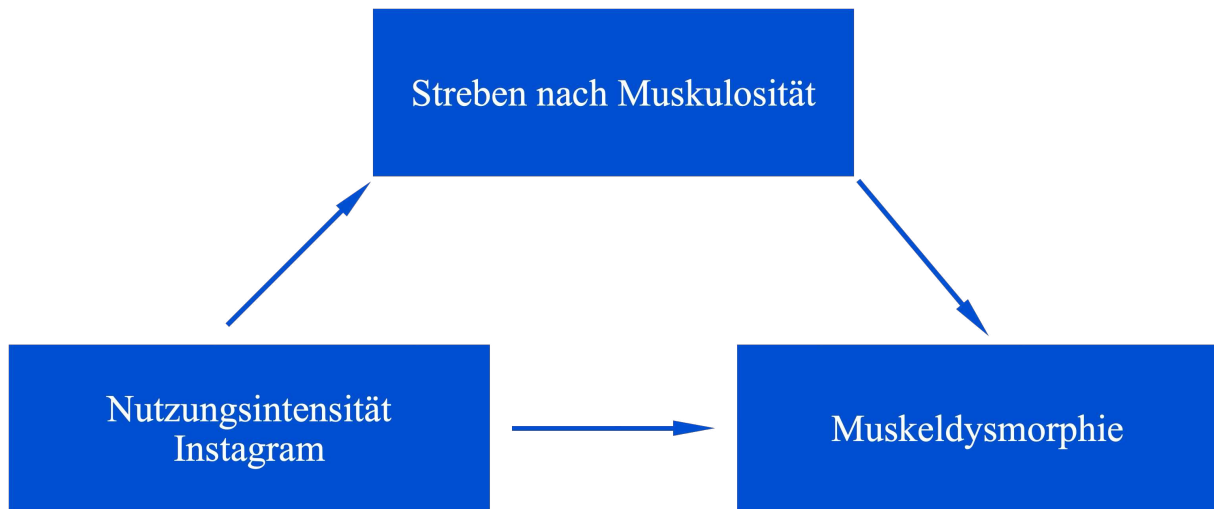


Abbildung 6: Nutzungsintensität, Muskeldysmorphie und Streben nach Muskulosität

H7: Der Zusammenhang zwischen dem Alter und der Muskeldysmorphie einer Person, ist umso größer, je stärker die Person medial vermittelte Körperbilder internalisiert.

X: Alter; M: Internalisierung; Y: Muskeldysmorphie

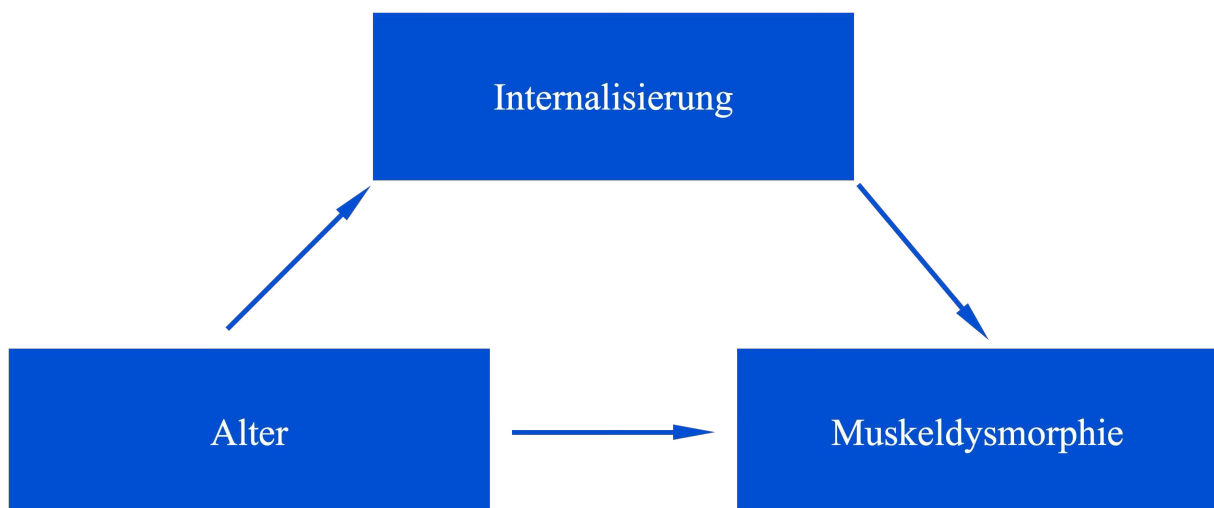


Abbildung 7: Mechanismus Alter, Muskeldysmorphie, Internalisierung

5.2.3 Moderationshypothese

H 8: Der Zusammenhang zwischen der Internalisierung von medial vermittelten Körperbildern und der Muskeldysmorphie einer Person ist stärker ausgeprägt, wenn diese Person Fitspiration-Inhalte auf Instagram rezipiert.

X: Internalisierung; W: Fitspiration; Y: Muskeldysmorphie

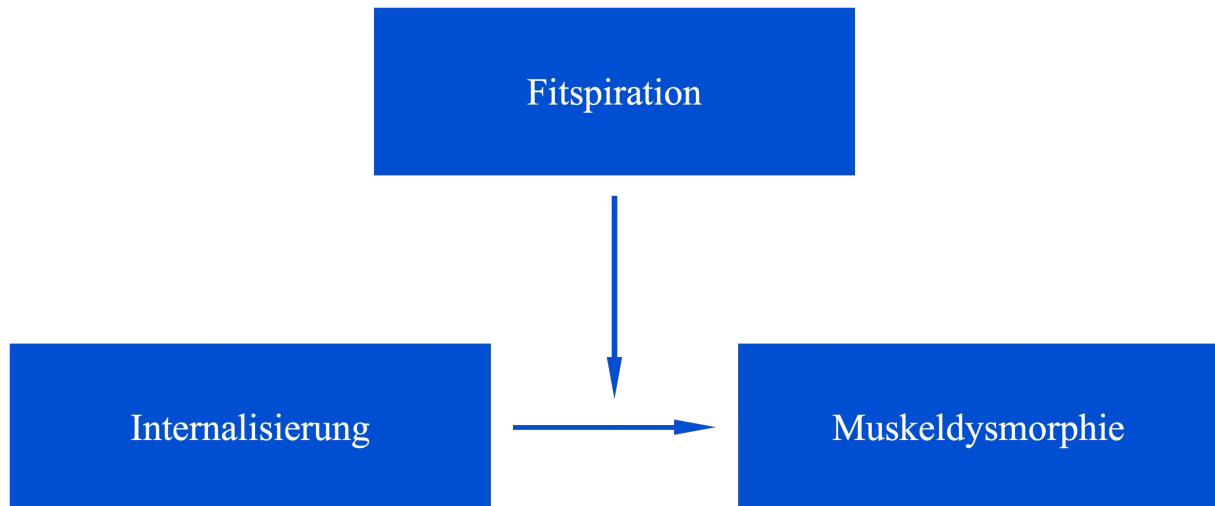


Abbildung 8: Interaktion Internalisierung, Muskeldysmorphie und Fitspiration

6. Forschungsdesign und Methode

Mit den beschriebenen forschungsleitenden Fragen dieser Arbeit, sowie der Ableitung und Visualisierung der zu überprüfenden Hypothesen, soll im nächsten Schritt das Forschungsdesign und die Methode beschrieben werden. Angefangen mit der Beschreibung des Forschungsdesigns und den dazugehörigen Variablen, soll auch eine methodischen Auseinandersetzung mit den Gütekriterien der quantitativen Sozialforschung, die für Messinstrumente, maßgeblich sind folgen. Auch eine begriffliche Auseinandersetzungen mit der Grundgesamtheit und Stichproben erscheinen sinnvoll, um dann auf die Operationalisierung und Messung der abgeleiteten latenten Konstrukte eingehen zu können und so auch unabhängige und abhängige Variablen genauer zu bestimmen, um im nächsten Schritt die Analyse der erhobenen Daten und Überprüfung der Hypothesen zu diskutieren.

6.1 Erhebungsmethode

Diese Untersuchung wurde im Rahmen einer Masterarbeit im Studiengang Publizistik- und Kommunikationswissenschaften an der Universität Wien durchgeführt. Um die zuvor formulierten Forschungsfragen und daraus abgeleiteten Hypothesen zu überprüfen, wurde vor allem im Hinblick auf die limitierenden kosten-, wie auch zeitspezifischen Faktoren eine quantitative Querschnittsbefragung als Datenerhebungsmethode gewählt. Die Befragung wurde durch das Online-Survey-Tool SoSci-Survey erstellt und zwischen vom 15.06.2024 bis zum 30.08.2024 durchgeführt. Online-Befragungen bieten gegenüber anderen Befragungsmethoden den Vorteil, dass sie zeitlich und räumlich unabhängig sind. So ermöglichen sie die Befragung mehrerer Personen gleichzeitig (Wagner-Schelewsky und Hering: 2022, S. 1052 ff.). Zudem kann durch den Einsatz interaktiver Elemente nicht nur die Benutzer:innenfreundlichkeit erhöht, sondern auch Missverständnisse vermieden werden (ebd.). Ein weiterer Vorteil ist das Fehlen von Interviewer:innen. Dadurch sind Rückfragen während der Beantwortung zwar nicht möglich, aber verzerrende Interviewer:innen-Effekte können minimiert werden (ebd.). Außerdem entfallen mögliche Fehler durch die manuelle Dateneingabe, da Antworten direkt digital erfasst werden können und sofort verfügbar sind (ebd.). Nichtsdestotrotz stehen den vielen Vorteilen auch einige Nachteile gegenüber, die es zu erwähnen gilt: Die Abhängigkeit von der Verfügbarkeit zum Internet kann die Zielgruppe der Repräsentativität der Stichprobe gefährden (ebd.). Online-Befragungen sind außerdem oft mit niedrigen Teilnahmequoten konfrontiert (ebd.). Abschließend gilt es auch die potenziell drohende soziale Enkontextualisierung zu erwähnen. Durch die Anonymität im Internet verringert sich zwar das Maß an Verzerrungseffekten durch andere, was wiederum eine ehrliche Beantwortung begünstigt, aber gleichzeitig kann auch die Bindung an soziale Normen verringert werden (ebd.). Um die bereits im Vorfeld theoretischen Konstrukte und daraus abgeleiteten Hypothesen angemessen überprüfen zu können, wurde im Rahmen dieser Arbeit nicht auf bereits vorhandene Datensätze zurückgegriffen, sondern eine Befragung durchgeführt. Dabei handelt es sich um eine Querschnittsbefragung, welche alle relevanten Merkmale zu einem bestimmten Zeitpunkt des Forschungsgegenstands erfasst und besonders geeignet für eine aktuelle Bestandsaufnahme einer Population ist (Stein, 2022: S. 151.). So war es im Rahmen dieser Arbeit möglich, mit einem wesentlich geringem Zeit- und Kostenaufwand, eine verhältnismäßig große Menge an Daten schnell zu erheben (ebd.). Nichtsdestotrotz ist die Stichprobengröße von $N=81$ begrenzt, weshalb die Studie keine Repräsentativität beanspruchen kann, weil die Ergebnisse nicht verallgemeinerbar sind. Die Arbeit kann damit lediglich als Vorstoß für weiterführende Forschungsarbeiten fungieren und erhebt deswegen vielmehr den

Anspruch, einen Überblick über das relativ junge Phänomen und mögliche Auswirkungen zu vermitteln.

6.2 Grundgesamtheit

Als interessierende Grundgesamtheit wurden Menschen im Alter zwischen 18 und 55+ Jahren rekrutiert, die regelmäßig Instagram nutzen und Sport ausüben. Die Auswahl wurde gezielt erweitert, um verschiedene Altersgruppen einzubeziehen, da frühere Studien vor allem junge Männer betrachteten. Bei der Erstellung des Fragebogens ist ein Fehler entstanden, der leider erst nach der Erhebung auffiel und dazu führte, dass das Geschlecht nicht erfasst werden konnte, weshalb ursprünglich geplante geschlechtsspezifische Vergleiche nicht möglich sind. Die Arbeit kann jedoch hinsichtlich altersspezifischer Unterschiede für die Forschung eine bisher kaum erforschte Lücke schließen. Die geschlechtsspezifischen Unterschiede könnten hinsichtlich der muskeldysmorphen Symptomatik in zukünftiger Forschung untersucht werden.

6.3 Aufbau des Fragebogens

Der Fragebogen wurde in mehrere Abschnitte unterteilt: Angefangen mit einem einleitenden Text, der das Forschungsinteresse erklärt und einer kurzen Triggerwarnung, wurde das Einverständnis zur Teilnahme erfragt. Danach wurden die soziodemographischen Daten erhoben. Neben dem Alter wurde der höchste Bildungsabschluss, der aktuelle Beziehungsstatus, sowie die Körpergröße und das Körpergewicht erfragt. Anschließend folgten Fragen zum Sportverhalten: Teilnehmer:innen mussten zunächst angeben, ob regelmäßig sie Sport treiben und konnten dabei zwischen „Ja“, „Nein“, „Ich mache Sport, aber nicht regelmäßig“, „Ich weiß nicht“, oder „Keine Angabe“ antworten. Im Anschluss daran wurden die Teilnehmer:innen befragt, ob sie eine oder mehrere Sportarten ausüben, wobei eine Vorauswahl an beliebten Sportarten und eine offene Antwortkategorie zur Auswahl standen. Danach folgte eine Filter-Frage: Die Teilnehmer:innen wurden nach einer Mitgliedschaft in einem Fitnessstudio befragt, die an eine anschließende Frage zur Trainingsfrequenz gebunden war. Danach wurde das Nutzungsverhalten von Instagram erfragt. Die Teilnehmer:innen mussten die Filterfrage beantworten, ob sie Instagram benutzen und beantworten, ob sie Fitspiration-Inhalte auf Instagram rezipieren oder nicht. Alle Teilnehmer:innen, die Fitspiration-Inhalte rezipieren konnten außerdem in einer offenen Frage beantworten, welchen Influencer:innen sie folgen. Danach folgten die Item-Batterien zur Nutzungsintensität von

Instagram, dem Streben nach Muskulosität, der Internalisierung, der muskeldysmorphen Symptomatik und den Aussehens bezogenen Vergleichen.

6.4 Pretest

Der Fragebogen wurde auf Grundlage der bestehenden Theorien und dem aktuellen Forschungsstand entwickelt und zunächst in einem Pretest überprüft. Die Phase des Pretests in der Fragebogenentwicklung dient der Optimierung des Erhebungsinstruments vor der eigentlichen Datensammlung und wird verwendet, um sicherzustellen, dass der Fragebogen gut strukturiert ist, verständliche Formulierungen verwendet werden und geeignete Antwortkategorien bietet (Weichbold, 2022: 443ff.; Raithel, 2008, 62). Dabei sollen mögliche Probleme im Vorfeld identifiziert und behoben werden, um eine valide und zuverlässige Datenerhebung gewährleisten zu können (Weichbold, 2022: 443ff.). Mit dem Abschluss des Pretests, wurde der Fragebogen innerhalb der interessierenden Grundgesamtheit über E-Mail Einladungen, soziale Medien, in Fitness-Studios, über WhatsApp-Gruppen der Universität Wien und unter Freund:innen verteilt. Der Zugriff auf den Fragebogen war über einen Link möglich und nach einem einleitenden Text zu den Zielen und dem Zweck dieser Arbeit folgte eine Warnung, da der Themenkomplex, sowie die dazugehörigen Item-Batterien für Menschen mit einer bereits diagnostizierten Körper- oder Muskeldysmorphie belastend sein könnten und einer generellen Informationen über den vertraulichen Umgang mit den Daten, bevor Proband:innen einer Teilnahme einwilligen konnten.

6.5 Soziodemografie

Für die Auswahl relevanter Determinanten, die zur Erklärung der abgeleiteten Hypothesen von Bedeutung sein könnten, zeigte sich bereits in den im Vorfeld vorgestellten Studien, dass vor allem soziodemographische Faktoren, wie das Alter, das Geschlecht, der Beziehungsstatus, der höchste Bildungsabschluss, sowie die Körpergröße und das Körpergewicht zur Berechnung des BMI interessant sind, um die Wirkungszusammenhänge zwischen dem Einfluss sozialer Medien und die Wahrnehmung des eigenen Körpers besser zu verstehen (vgl. Schönenberg und Martin: 2020). Die Teilnehmer:innen wurden gebeten ihr Alter in insgesamt fünf klassierten Altersgruppen (18-24, 25-34, 35-49, 50-55 und über 55

Jahren), ihren aktuellen Beziehungsstatus, den höchsten Schulabschluss, sowie das Körpergewicht und die Körpergröße zur Berechnung des durchschnittlichen BMI anzugeben.

6.6 Operationalisierung der Variablen

Nachdem nun sowohl das Forschungsdesign, die Erhebungsmethode, sowie die Grundgesamtheit und der Aufbau des Fragebogens erläutert wurden, folgt nun die Operationalisierung latenter Konzepte. Dafür sollen die bereits dargelegten theoretischen Konstrukte, die den Hypothesen zugrunde liegen, in empirisch messbare Variablen überführt werden.

Um die bereits vorgestellten abgeleiteten Hypothesen testen zu können, erfordert es den Prozess der Operationalisierung, um latente Konstrukte messbar zu machen (Tausendpfund, 2018: 44f.). Dies geschieht durch die Zuordnung konkreter Indikatoren, die Rückschlüsse auf das theoretische Konzept erlauben (Raithel: 2008, S. 36). Dabei stellt sich die Frage, welche beobachtbaren Merkmale geeignet sind, um den theoretischen Begriff plausibel abzubilden (ebd.). Ein wissenschaftlicher Begriff erfordert dementsprechend bestimmte Qualitätskriterien und sollte nach Raithel nicht zirkulär definiert sein und somit auf sich selbst verweisen, sowie konsistent innerhalb der ganzen Arbeit verwendet werden (ebd.). Die Begriffe sollten zudem eine theoretische Bedeutung besitzen und damit in bereits bestehende wissenschaftliche Modelle eingebettet sein, die zur Klärung von Forschungsfragen beitragen können (ebd.).

Im Angesicht dieser Tatsache sollen die nun folgenden Konstrukte messbar gemacht werden, indem sie einerseits aus der Theorie begründet und mit bereits innerhalb dieses Forschungsschwerpunkts etablierten und validen Skalen kombiniert werden. Auch hier gilt es erneut vor allem die Arbeit von Schönenberg und Martin anzuführen, deren Operationalisierungen theoretisch, wie auch methodisch, durch die Verwendung etablierter valider Skalen, reproduziert wurden.

6.6.1 Nutzungsintensität von Instagram

Die Nutzungsintensität von Instagram kann vor allem durch den Kultivierungsansatz begründet werden: Der Ansatz besagt, dass langfristige und intensive Mediennutzung die Wahrnehmung der Realität verändern und zu einer medienkonformen Sichtweise führen kann. Um dieses

Konstrukt zu messen, kommt die Instagram Intensity Scale (IIS) zum Einsatz. Die Skala wurde bereits auch von Schönenberg und Martin (2020), sowie Junco (2011) und Yapri (2022) verwendet und basiert auf der Facebook-Skala von Ellison et al. (2007). Mit insgesamt acht Items, misst die Skala mit einer fünfstufigen Likert-Skala, wie intensiv Nutzer:innen mit Instagram interagieren und wie stark sie emotional mit der Plattform verbunden sind: (1) Instagram is part of my everyday activity. (2) I am proud to tell people I'm on Instagram. 3. Instagram has become part of my daily routine. (4) I feel out of touch when I haven't logged onto Instagram for a while. (5) I feel I am part of the Instagram community. (6) I would be sorry if Instagram shut down. (7) Approximately how many TOTAL Instagram followers do you have? (8) In the past week, on average, approximately how much time PER DAY have you spent actively using Instagram? Für eine konsistente Anwendung innerhalb des Fragebogens wurde die Skala auf deutsch übersetzt. Bei der Erhebung des Fragebogens konnte das dritte Item fehlerbedingt nicht erhoben werden. Die Abbildung 9 zeigt die originalsprachige Version der Skala, gefolgt von den innerhalb des Fragebogens dieser Arbeit verwendeten deutschen Übersetzungen, wobei 1: ‚stimme gar nicht zu‘ und 5: ‚stimme voll zu‘, auf einer 5-stufigen Likert-Skala darstellt.

Instagram Intensity

The Instagram Intensity scale is used to measure Instagram usage beyond simple measures of frequency and duration, incorporating emotional connectedness to the site and its integration into individuals' daily activities.

Scale Items

1. Instagram is part of my everyday activity
2. I am proud to tell people I'm on Instagram
3. Instagram has become part of my daily routine
4. I feel out of touch when I haven't logged onto Instagram for a while
5. I feel I am part of the Instagram community
6. I would be sorry if Instagram shut down
7. Approximately how many TOTAL Instagram followers do you have? *
8. In the past week, on average, approximately how much time PER DAY have you spent actively using Instagram? **

Response categories range from 1 = strongly disagree to 5 = strongly agree, unless otherwise noted.

*Can be asked as an open-ended (as in Ellison et al., 2007) or closed-ended question. If asked as an open-ended question, Total Instagram followers must be transformed by taking the log before averaging across items to create the scale due to differing item scale ranges. If asked as a closed-ended question, a ten point ordinal scale may be used (e.g. 10 or less, 11–50, 51–100, 101–150, 151–200, 201–250, 251–300, 301–400, more than 400). You may wish to adjust these response categories depending on your population, etc.

**Can be asked as an open-ended or closed-ended question. If asked as an open-ended question, Instagram minutes should be measured by having participants fill in the amount of time they spend on Instagram. Then the item should then be transformed by taking the log before averaging across items to create the scale due to differing item scale ranges. If asked as a closed-ended question an ordinal scale may be used (e.g. 1 = 0–14min, 2 = 15–29 min, etc). Again, response categories may differ based on population means.

Computing the Scale

The Instagram Intensity score is computed by calculating the mean of all of the items in the scale.

Abbildung 9: IIS

Übersetzung der IIS

1. Instagram ist ein Teil meiner täglichen Aktivitäten.
2. Ich bin stolz darauf, anderen Leuten zu sagen, dass ich auf Instagram bin.
3. Instagram ist ein Teil meiner täglichen Routine geworden.
4. Ich fühle mich nicht mehr auf dem Laufenden, wenn ich mich eine Zeit lang nicht bei Instagram angemeldet habe.
5. Ich fühle mich als Teil der Instagram-Community.
6. Ich würde es bedauern, wenn es Instagram nicht mehr geben würde.
7. Wie viele Follower:innen auf Instagram hast du geschätzt?
8. Wie viel Zeit hast du letzte Woche durchschnittlich täglich auf Instagram aktiv verbracht?

6.6.2 Streben nach Muskulosität

Das Streben nach Muskulosität kann vor allem durch die Theorie des Lernens an Rollen erklärt werden. Durch die Beobachtung von Medienvorbildern, wie Influencer:innen mit Fitspiration-Inhalten kann eine Motivation zur Nachahmung entstehen. Durch die Mediatisierung kann dieser Prozess verstärkt werden, indem sich der Körper als zentrales Inszenierungsobjekt in digitalen Räumen etabliert. Abgebildet wird das Streben nach Muskulosität durch die Drive for Muscularity Scale, kurz DMS. Die Skala stammt im Original aus dem Englischen (McCreary und Sasse: 2000), wobei auch die deutsche Übersetzung von (Waldorf et al. 2014) als etabliert gilt und so auch in der Arbeit von Schönenberg und Martin (2020) Verwendung fand. Die Skala besteht aus insgesamt 15 verschiedenen Items, die das individuelle Streben nach Muskelmasse und einer muskulösen Körperdefinition erfragen. Außerdem wird das Streben nach Muskulosität im Original in einer 6-stufigen Likert-Skala erfasst, wobei 1: ‚immer‘ und 6: ‚nie‘ darstellt. Im Rahmen dieser Arbeit wurde auch die auf deutsch übersetzte Version von Waldorf et al. (2014) verwendet. Aus Konsistenzgründen wurde die Likert-Skalierung von 6 auf 5 Stufen vermindert, wobei 1: ‚stimme gar nicht zu‘ und 5: ‚stimme voll zu‘, darstellt. Die Abbildung 10 zeigt die deutschsprachige Version der Drive for Muscularity Skala.

Drive for Muscularity

Items

Tabelle 1

Items der Skala

Nr.	Item
1	Ich wünschte, ich wäre muskulöser.
2	Ich stemme Gewichte, um Muskeln aufzubauen.
3	Ich nehme Eiweiß oder Nahrungsergänzungen, die Energie geben.
4	Ich trinke Weight Gainer oder Eiweiß-Shakes.
5	Ich versuche, jeden Tag so viele Kalorien zu mir zu nehmen wie ich kann.
6	Ich habe ein schlechtes Gewissen, wenn ich eine Trainingseinheit auslasse.
7	Ich glaube, ich würde mich selbstsicherer fühlen, wenn ich mehr Muskelmasse hätte.
8	Andere Personen denken, dass ich zu oft mit Gewichten trainiere.
9	Ich glaube, dass ich besser aussehen würde, wenn ich 5 kg Masse zulegen würde.
10	Ich könnte mir vorstellen, anabole Steroide zu nehmen.
11	Ich glaube, dass ich mich stärker fühlen würde, wenn ich etwas mehr Muskelmasse zulegen würde.
12	Ich glaube, dass mein Trainingsplan andere Bereiche meines Lebens beeinträchtigt.
13	Ich finde, dass meine Arme nicht muskulös genug sind.
14	Ich finde, dass meine Brust nicht muskulös genug ist.
15	Ich finde, dass meine Beine nicht muskulös genug sind.

Anmerkung: MK: Muskulaturbezogene Kognitionen; MV: Muskulaturbezogenes Verhalten; n.z. = nicht zugeordnet

Abbildung 10: Drive for Muscularity

6.6.3 Aussehensbezogene Vergleiche

Die Theorie des sozialen Vergleichs bietet hier eine direkte theoretische Grundlage, da Individuen dazu neigen, ihr eigenes Aussehen mit anderen zu vergleichen, um sich selbst besser einordnen zu können. Die aussehensbezogenen Vergleiche werden über die deutsche Version der Physical Appearance Comparison Scale, kurz PACS, von Mölbert et al. (2017) abgebildet. Die Skala misst mit insgesamt 10 Items den Vergleich mit anderen Menschen in verschiedenen sozialen Situationen in der Öffentlichkeit. Im Original wird die Skala über eine 4-stufige Likert-Skala gemessen, wobei 0: ‚nie‘ und 4: ‚immer‘ darstellt. Auch die Physical Appearance Comparison Scale wurde im Rahmen dieses Fragebogens angepasst, wobei 1: ‚stimme gar nicht zu‘ und 5: ‚stimme voll zu‘, darstellt. Hier folgt die deutsche Version der Physical Appearance Comparison Scale.

PACS

1. Wenn ich in der Öffentlichkeit bin, vergleiche ich mein Aussehen mit dem Aussehen

anderer.

2. Wenn ich eine neue Person des gleichen Geschlechts kennen lerne, vergleiche ich meine Körpergröße mit seiner/ihrer Körpergröße.

3. Wenn ich auf der Arbeit oder in der Schule bin, vergleiche ich meine Körperform mit den Körperformen der anderen.

4. Wenn ich in der Öffentlichkeit bin, vergleiche ich mein Körperfett mit dem Körperfett anderer.

5. Wenn ich Klamotten einkaufe, vergleiche ich mein Körpergewicht mit dem Körpergewicht anderer.

6. Wenn ich auf einer Party bin, vergleiche ich meine Körperform mit der Körperform anderer.

7. Wenn ich mit einer Gruppe von Freund:innen zusammen bin, vergleiche ich mein Körpergewicht mit dem Körpergewicht der anderen.

8. Wenn ich in der Öffentlichkeit bin, vergleiche ich meine Körpergröße mit der Körpergröße anderer Menschen.

9. Wenn ich in einem Restaurant esse, vergleiche ich mein Körperfett mit dem Körperfett anderer Menschen.

10. Wenn ich im Fitnessstudio bin, vergleiche ich mein Aussehen mit dem Aussehen anderer.

6.6.4 Internalisierung

Die Internalisierung von Schönheitsidealen lässt sich vor allem durch das Tripartite-Influence Model erklären (vgl. Schoenenberg & Martin, 2020). Das Modell beschreibt, dass Medien, Peers und Familie zentrale Einflussfaktoren für die Entwicklung des Körperbildes sein können. Die Internalisierung medialer Schönheitsideale wird über die deutsche Version des Sociocultural Attitudes Towards Appearance Questionnaire, kurz SATAQ-G, von Knauss et al. (2009) erhoben. Die SATAQ-G-Skala misst über 6 Item-Batterien und mit insgesamt 23 Items, inwieweit gesellschaftliche Schönheitsnormen übernommen werden. Die Item-Batterien befassen sich dabei mit verschiedenen gesellschaftlichen Stimuli, wie dem elterlichen Druck, Gruppenzwang durch Freund:innen und dem empfundenen Druck der Medien, sowie mit der Internalisierung verschiedener Körperideale und dem Vergleich des eigenen Körpers mit anderen auf Instagram.

SATAQ-G

Internalisierung eines dünnen Körperideals

1. Ich wünsche mir einen definierten Körper.
2. Ich denke viel darüber nach, einen niedrigen Körperfettanteil zu haben.
3. Ich wünsche mir, dass mein Körper dünn aussieht.
4. Ich wünsche mir einen Körper mit niedrigem Körperfettanteil.
5. Ich denke viel darüber nach, dünn auszusehen.

Internalisierung eines athletischen Ideals

1. Es ist wichtig für mich sportlich zu wirken.
2. Ich verbringe viel Zeit damit, Dinge zu tun, um sportlicher auszusehen.
3. Ich denke viel darüber nach, sportlich auszusehen.
4. Ich verbringe viel Zeit damit, Dinge zu tun, um muskulöser auszusehen.
5. Ich denke viel darüber nach, muskulös auszusehen.

Elterlicher Druck

1. Ich fühle mich von meinen Familienmitgliedern unter Druck gesetzt, schlanker zu sein.
2. Ich fühle mich von meinen Familienmitgliedern unter Druck gesetzt, mein Aussehen zu verbessern.
3. Meine Familienmitglieder ermutigen mich, meinen Körperfettanteil zu reduzieren.

Gruppenzwang

1. Meine Freund:innen ermutigen mich Abzunehmen.
2. Ich fühle mich von meinen Freund:innen unter Druck gesetzt mein Aussehen zu verbessern.
3. Ich fühle mich von meinen Freund:innen unter Druck gesetzt, in besserer Form zu erscheinen.
4. Ich fühle mich von meinen Freund:innen unter Druck gesetzt, meinen Körperfettanteil zu verringern.

Mediendruck

1. Ich fühle mich von den Medien unter Druck gesetzt, besser auszusehen.
2. Ich fühle mich von den Medien unter Druck gesetzt, schlanker auszusehen.
3. Ich fühle mich von den Medien unter Druck gesetzt, mein Erscheinungsbild zu verbessern.
4. Ich fühle mich von den Medien unter Druck gesetzt, meinen Körperfettanteil zu reduzieren.

Verinnerlichung-Vergleich

1. Ich neige dazu meinen Körper mit den Körpern von anderen Menschen auf Instagram zu vergleichen.
2. Ich neige dazu mein Aussehen mit dem Aussehen anderer Menschen auf Instagram zu vergleichen.

6.6.5 Muskeldysmorphie

Die Entwicklung von Muskeldysmorphie kann ebenfalls durch das Tripartite-Influence Model sowie den Kultivierungsansatz erklärt werden. Wenn Nutzer:innen wiederholt idealisierte muskulöse Körper in sozialen Medien rezipieren, erhöht sich die Wahrscheinlichkeit, dass sie diese als erstrebenswertes Schönheitsideal übernehmen können. Wie auch bereits von Schönenberg & Martin (2020) durchgeführt, wurde zur Messung der muskeldysmorphen

Symptomatik auch auf die von Hildebrandt et al. (2004) konzipierte Skala, dem Muscle Dysmorphic Disorder Inventory, kurz MDDI, zurückgegriffen. Für einen einheitlichen Aufbau des Fragebogens, wurde auch hier die auf deutsch übersetzte Version der Skala verwendet, die durch fünfstufige Likert-Skalierung erhoben wird und aus insgesamt 13 Items besteht. Abbildung 13 zeigt die Muscle Dysmorphic Disorder Inventory Skala.

MDDI

Table 1

Items of the MDDI: English and German version.

English (original version): Item	German: Item	Subscale
I01. I think my body is too skinny/slender.	1. Ich finde meinen Körper zu schwächlich	DS
I02. I wear loose clothing so that people can't see my body.	2. Ich trage weite Kleidung, sodass Menschen meinen Körper nicht sehen können	AI
I03. I hate my body.	3. Ich hasse meinen Körper	AI
I04. I wish I could be heavier.	4. Ich wünschte mir, ich könnte kräftiger werden	DS
I05. I find my chest to be too small.	5. Ich finde meinen Oberkörper zu schwächlich	DS
I06. I think my legs are too thin.	6. Ich finde meine Beine zu dünn	DS
I07. I feel like I have too much body fat.	7. Ich fühle mich, als wenn ich zu viel Körperfett habe	AI
I08. I wish my arms were stronger.	8. Ich wünschte mir, meine Arme wären kräftiger	DS
I09. I am embarrassed to let people see me without a shirt or t-shirt.	9. Ich schäme mich, mich Menschen ohne Hemd / T-Shirt zu zeigen	AI
I10. I feel anxious when I miss one or more days of exercise.	10. Ich fühle mich unruhig / ängstlich, wenn ich einen oder mehrere Trainingstage verpasse	FI
I11. I cancel social activities with friends (e.g. watching football, invitations to dinner, going to the movie theater, etc.) because of my workout/exercise schedule.	11. Ich schlage soziale Aktivitäten (z.B. Fußballspiele schauen, Essenseinladungen, ins Kino gehen, etc.) mit Freunden aufgrund meines Trainingsplans aus	FI
I12. I feel depressed when I miss one or more days of exercise.	12. Ich fühle mich niedergeschlagen, wenn ich einen oder mehrere Trainingstage verpasse	FI
I13. I miss opportunities to meet new people because of my workout schedule.	13. Ich lasse mir aufgrund meines Trainingsplans Chancen entgehen, neue Menschen kennenzulernen	FI

Note: DS = drive for size, AI = appearance intolerance, FI = functional impairment

Abbildung 11: MDDI

6.7 Gütekriterien

Grundsätzlich haben Gütekriterien innerhalb der quantitativen Sozialforschung die Funktion, eine möglichst fehlerfreie Erhebung von Daten zu ermöglichen eine angemessene Analyse zu gewährleisten (Krebs & Menold: 2022, S. 549). Unter Messinstrumenten versteht man standardisierte Fragebögen, die gesuchte Informationen bei einer interessierenden Gruppe von Proband:innen messbar machen (Krebs & Menold: 2022, S. 550). Da in sozialwissenschaftlichen Untersuchungen neben demografischen Merkmalen, aber insbesondere Einstellungen von gesellschaftlich relevanten Themen erfasst, die nicht direkt messbar sind (ebd.). Die Erfassung erfolgt, wie bereits zuvor ausgeführt, indirekt durch die Zustimmung oder Ablehnung gegenüber bestimmten Aussagen zu einem Einstellungsobjekt (ebd.). Zur Messung einer Einstellung werden mehrere zusammengehörige Aussagen aneinandergereiht und zu so genannten Items verbunden, die als manifeste Indikatoren für eine zugrunde liegende latente Variable dienen und damit Einstellungen messbar machen sollen (ebd.). Im Folgenden sollen die drei relevantesten Gütekriterien, die innerhalb der quantitativen Sozialforschung für Messinstrumente Verwendung finden kurz erläutert werden.

6.7.1 Objektivität

Objektivität bezeichnet das Maß, in dem Ergebnisse intersubjektiv, also unabhängig von der durchführenden Person sind (Krebs & Menold, 2022: S. 551; Raithel, 2008: S. 45). Eine vollständige Interpretationsobjektivität existiert in der sozialwissenschaftlichen Forschung aufgrund verschiedener subjektiver Interpretationen, die das Ergebnis verzerren können, nicht. Deshalb spricht man in den Sozialwissenschaften auch von einer Durchführungsobjektivität (Krebs & Menold, 2022: S. 551). Diese kann weitestgehend durch standardisierte Erhebungsverfahren, insbesondere durch standardisierten Fragebögen mit einheitlich formulierte Fragen gewährleistet werden (ebd.). Um auch innerhalb der Datenauswertung Objektivität zu gewährleisten, braucht es eine transparente und nachvollziehbare Datenaufbereitung: Dazu gehört die sorgfältige Dokumentation von der Überprüfung der Datenqualität bis hin zur Modifikation und Skalierung für statistische Analysen.

6.7.2 Reliabilität

Reliabilität beschreibt die Zuverlässigkeit einer Messung und gibt dabei an, wie konsistent und reproduzierbar ein Messinstrument ein Einstellungsobjekt tatsächlich erfasst (Krebs & Menold, 2022: S. 551ff.). So bedeutet ein hohes Maß an Reliabilität, dass wiederholte Messungen unter gleichen Bedingungen zu ähnlichen Ergebnissen führen (ebd.). Die Reliabilität wird als Anteil der Varianz des wahren Werts an der Gesamtvarianz des beobachteten Messwerts definiert. Vor der Bestimmung der Reliabilität gilt es deshalb sicherzustellen, dass die verwendeten Indikatoren tatsächlich dasselbe Konstrukt messen (ebd.). Die Reliabilität gibt also Auskunft darüber, wie präzise und verlässlich eine Messung eine bestimmte Einstellung oder Meinung erfasst (ebd.).

6.7.3 Validität

Validität bezeichnet das Maß, in dem ein Messinstrument tatsächlich das misst, was es messen soll und stellt damit sicher, dass die gezogenen Schlussfolgerungen aus den Messergebnissen theoretisch begründet und empirisch belegt sind (Krebs & Menold, 2022: S. 556ff.). Validität ist vor allem hinsichtlich für die Qualität von Messungen ein entscheidendes Gütekriterium. Es bezieht sich dabei weniger auf das Messinstrument und vielmehr auf die Güte der daraus resultierenden Schlussfolgerungen (ebd.). Generell wird auch hier zwischen verschiedenen Formen der Validität unterschieden. Die Augenscheinvalidität bezieht sich auf die subjektive Einschätzung, ob ein Messinstrument intuitiv geeignet erscheint, das beabsichtigte Konstrukt zu messen (ebd.). Die Inhaltsvalidität stellt sicher, dass das Messinstrument alle relevanten Aspekte eines Konstrukts abdeckt und die Kriteriumsvalidität überprüft, ob die Messung mit einem unabhängigen, relevanten Außenkriterium übereinstimmt (ebd.). Die Konstruktvalidität bezieht sich dabei auf die Übereinstimmung zwischen einem Messinstrument und theoretisch abgeleiteten Hypothesen zu den zugrunde liegenden Konstrukten (ebd.). Validität kann durch systematische Fehler beeinträchtigt werden, die beispielsweise durch Verzerrungen in der Stichprobe oder durch Antworttendenzen entstehen können. Reliabilität gilt darüber hinaus als notwendige Voraussetzung für Validität: Da ein valides Messinstrument immer auch reliabel misst, während ein reliables Messinstrument nicht zwangsläufig valide ist (ebd.).

7. Ergebnisse

Nachdem nun auch das Forschungsdesign und die Methode, bestehend aus der Beschreibung der Erhebungsmethode, der interessierenden Grundgesamtheit, des Aufbaus des Fragebogens, dem Pretest, sowie der Spezifikation Operationalisierung der einzelnen Konstrukte abgeschlossen ist, gilt es nun die Ergebnisse auszuwerten und zu interpretieren. Angefangen mit der Beschreibung der Stichprobe, folgen die uni-, bi- und multivariaten Analysen zur Beantwortung der abgeleiteten Hypothesen und forschungsleitenden Fragen.

7.1 Beschreibung der Stichprobe

Da die im Vorfeld vorgenommenen statistischen Überprüfungen nun erläutert wurden, soll im nächsten Schritt die Stichprobe hinsichtlich der erhobenen soziodemographischen Merkmale, ihres Rezeptions-Verhaltens von Fitness-Inhalten und des durchschnittlichen BMIs beschrieben werden.

Alter

Angefangen mit dem Alter zeigt sich, dass von den insgesamt $n=73$ Personen 25 (34,3 %) Teilnehmer:innen zwischen 18 und 24 Jahren alt waren. Die größte Gruppe der befragten Personen besteht aus den 25 bis 34-Jährigen mit 44 Personen, was insgesamt (60 %) der Teilnehmer:innen ausmacht. Lediglich drei teilnehmende Personen waren zwischen 35 bis 49 Jahren (4,1 %) und eine Person zwischen 50 und 55 Jahren (1,4 %). Damit liegt eine deutliche Überrepräsentation der jüngeren Personen zwischen 18 und 34 (86,3%) vor, während die ältere Personengruppe (5,1 %) unterrepräsentiert ist.

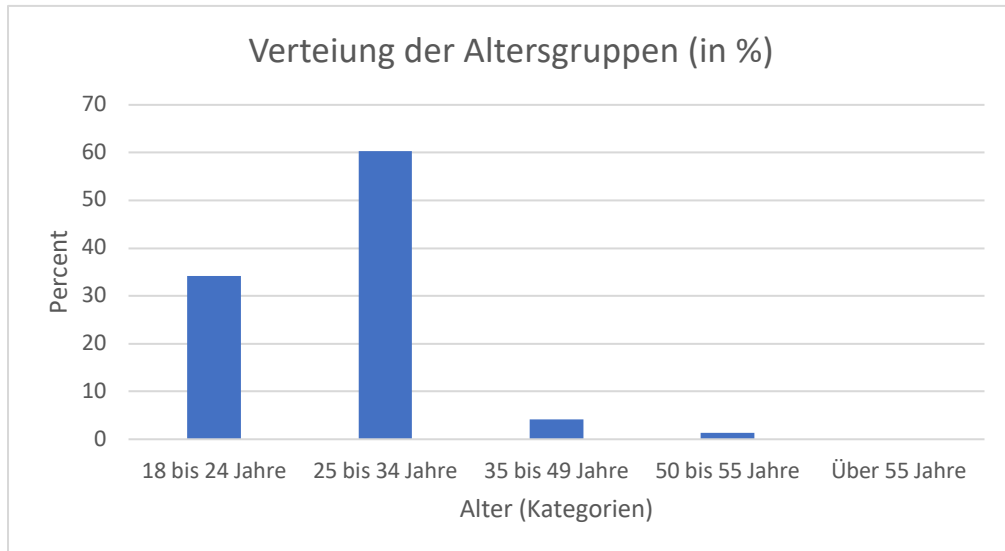


Tabelle 1: Alter der Stichprobe

Höchster Bildungsabschluss

Betrachtet man den in der Stichprobe erhobenen höchsten Bildungsabschluss, zeigt sich, dass insgesamt 2 (2,7 %) einen Lehrabschluss und zwei andere einen Pflichtschulabschluss (2,7 %) besitzen. 22 (30,1 %) der befragten Teilnehmer:innen besitzen einen Abschluss an einer allgemeinbildenden oder berufsbildenden höheren Schule mit Matura. Die größte Gruppe der Stichprobe besteht aus 46 (63 %) Teilnehmer:innen, die einen Fachhochschul- oder Hochschulabschluss besitzen, wobei eine einzelne Person (1,4 %) in einer offenen Nennung einen Masterabschluss angegeben hat. Die Stichprobe besteht damit aus einer überdurchschnittlich großen Zahl an hochgebildeten Personen.

Beziehungsstatus

Um herauszufinden, ob das Vorhandensein von Partner:innen auf die interessierenden Forschungsfragen wirken könnten, wurden die befragten Teilnehmer:innen nach ihrem aktuellen Beziehungsstatus gefragt. Dabei zeigte sich eine relativ gleichmäßige Verteilung. 33 (40,7 %) Personen waren zum Befragungszeitpunkt single, 36 (49,3 %) befanden sich in einer Beziehung, drei (4,1 %) waren verheiratet und eine Person machte keine Angabe (1,4 %).

Fitspiration-Inhalte

Um im Vorfeld herauszufinden, wie viele der befragten Personen Fitspiration-Inhalte auf Instagram rezipieren, wurden die Teilnehmer:innen zu ihrem Nutzungsverhalten befragt. Von den n=72 Personen gaben nur 16 (22,2 %) an keine Fitspiration-Inhalte auf Instagram anzusehen, während 56 (77,8 %) angaben, Fitspiration-Inhalte zu rezipieren. Im Anschluss sollten die Teilnehmer:innen außerdem angeben, ob sie auch bestimmten Influencer:innen folgen, die Fitspiration-Inhalte auf Instagram teilen. 34 (51,5 %) der Personen gaben dabei an bestimmten Influencer:innen auf Instagram zu folgen, während 32 (48,5 %) Personen keinen Fitspiration-Influencer:innen folgten.

Sport

Was die sportliche Aktivität betrifft, gaben insgesamt 47 (63,5 %) Teilnehmer:innen an, regelmäßig Sport zu treiben. Nur drei (4,1 %) gaben an gar keinen Sport zu treiben. Da ein generelles Sporttreiben im Vorfeld als Voraussetzung für die Teilnahme festgelegt war, wurden diese drei Personen herausgefiltert. Die übrigen 23 (31,1 %) Teilnehmer:innen gaben an unregelmäßig Sport zu treiben und eine weitere Person (1,4 %) wurde aufgrund eines systemdefinierten Fehlers nicht mitgezählt.

Fitnessstudio und Trainingsfrequenz

Über eine Filterfrage sollten die Proband:innen angeben, ob sie eine Mitgliedschaft in einem Fitnessstudio besitzen. Im Anschluss folgte für alle, die die Frage mit „Ja“ beantworteten eine weitere Frage zur Trainingsfrequenz, um herauszufinden in welchem Ausmaß sie Sport im Fitnessstudio betreiben. Insgesamt hatten 44 (60,3 %) Teilnehmer:innen eine Mitgliedschaft in einem Fitnessstudio und 29 (39,7 %) keine Mitgliedschaft. Was die Trainingsfrequenz der 44 Personen anbelangt, gaben 11 (25 %) Personen an mindestens einmal pro Woche zu trainieren, 17 (38,6 %) Personen gaben an zwei bis dreimal pro Woche zu trainieren und 15 (34,1 %) Personen trainierten öfter als viermal pro Woche. Eine (2,3 %) der befragten Personen machte dazu keine Angabe.

Body Mass Index

Um eine ungefähre Übersicht über die Verteilung des Körpergewichts innerhalb der Stichprobe zu erhalten, wurden die Teilnehmenden gebeten, ihre Körpergröße und ihr Körpergewicht anzugeben. Wenn sie sich nicht sicher waren, sollten sie ihr Gewicht und ihre Größe schätzen. Aus den erhobenen Variablen wurde der Body Mass Index (BMI) berechnet und beruhend auf der aktuellen Empfehlung der WHO rekodiert (vgl. WHO). Nach der Empfehlung der WHO haben Menschen mit einem BMI unter 18,5 Untergewicht, von 18,5 bis 24,9 Normalgewicht, von 25 bis 29,9 Übergewicht, von 30 bis 34,9 Adipositas ersten Grades, von 35 bis 39,9 Adipositas zweiten Grades und mit einem BMI von 40 oder höher Adipositas dritten Grades. Innerhalb der Stichprobe hatten 7 (9,9 %) Personen Untergewicht, 45 (63,4 %) Personen Normalgewicht, 17 (23,9 %) Personen Übergewicht und zwei (2,8 %) Personen Adipositas ersten Grades. Damit weist die Stichprobe mit 63,4 % nach den Body Mass Index Kriterien der WHO ein gesundes Normalgewicht auf. Generell gilt es hierbei anzumerken, dass der BMI keine besonders präzise Auskunft über den Körperfettanteil geben kann, weil er nicht zwischen Fett- und Muskelmasse sowie Geschlechtern unterscheidet. Menschen mit einem höheren Muskelanteil können aufgrund dessen öfter als Übergewichtig eingestuft werden (vgl. Nuttall, F. Q.: 2015). Dem BMI soll innerhalb dieser Arbeit auch keine weitere relevante Rolle zuteil werden und nur eine Übersicht über die Stichprobe liefern.

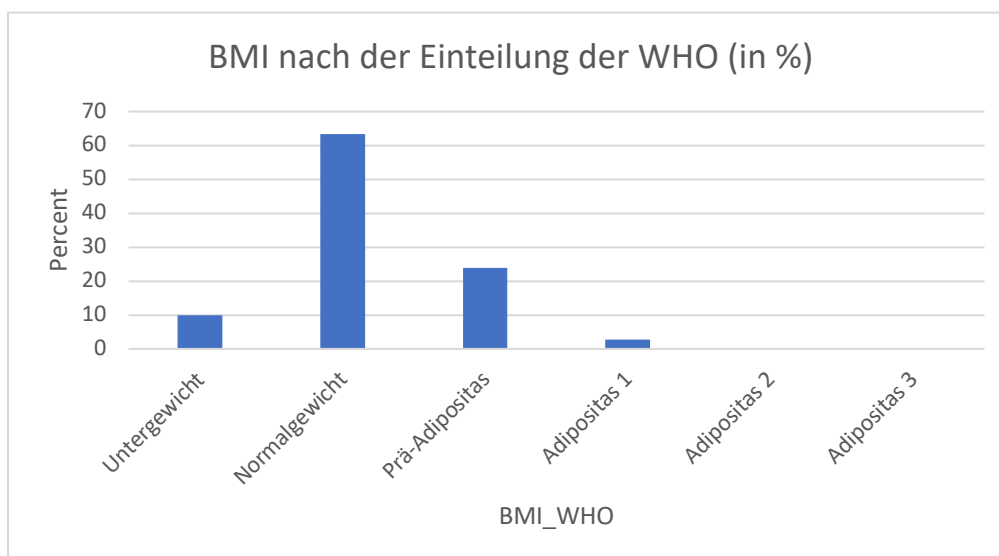


Tabelle 2: BMI nach Einteilung der WHO

7.2 Bi- und multivariate Analysen

Nachdem die Beschreibung der Stichprobe erfolgt ist, gilt es nun im nächsten Schritt die Hypothesen mit bi- und multivariaten Analysen zu überprüfen. Die in dieser Arbeit erfolgten statistischen Analysen, wurden mit dem Statistical Package for the Social Sciences (SPSS 30) erstellt. Bevor die Analysen erfolgten, wurden die system- und benutzerdefinierten Fehler aus dem Datensatz entfernt. Kategorial skalierte Variablen, die als Teil eines latenten Konstrukts oder für Regressionsanalysen Verwendung fanden, wurden als binäre Dummy-Variablen rekodiert. Die Normalverteilung der für diese Arbeit relevanten Variablen wurde mit dem Kolmogorov-Smirnov-Test überprüft und war für alle Fälle anzunehmen. Die einfachen Zusammenhangshypothesen wurden außerdem auf Heteroskedastizität durch den Breusch-Pagan-Test überprüft. Dabei wurden keine Hinweise auf Heteroskedastizität vorgefunden, weshalb Homoskedastizität für alle einfachen Zusammenhangshypothesen angenommen werden konnte. Um die relevanten Variablen und Konstrukte untereinander bewerten zu können, wurden außerdem Pearson-Korrelationen ermittelt. Die Konstrukte wurden darüber hinaus alle mit dem Cronbachs Alpha auf ihre interne Konstruktvalidität überprüft, die ebenfalls überall gegeben war. Für die Analyse der weiterführenden Mediations- und Interaktionsmodelle wurde PROCESS v4.3 für SPSS von Hayes verwendet (Hayes, 2019). Zur Untersuchung der Mediations- und Interaktionshypothesen wurde die Zahl der Bootstraps auf 10.000 Wiederholungen festgelegt.

7.2.1 Bivariate Analysen

Angefangen mit den bivariaten Analysen wird zunächst eine Pearson-Korrelation erwartete Zusammenhänge der interessierenden Konstrukte durchgeführt. Im Anschluss erfolgt die Prüfung der einfachen Zusammenhangshypothesen. In der nachfolgenden Tabelle 3 sind alle relevanten Variablen der n=69 Teilnehmer:innen mit den Mittelwerten, der Standardabweichung und dem Cronbachs Alpha aufgeführt.

Tabelle 3: Erhebungsinstrumente mit M, SA und α

Erhebungsinstrument	(M)	(SA)	Cronbachs Alpha (α)
Nutzungsintensität Instagram	3.0818	0.79313	0.717
Internalisierung	3.019	0.80686	0.931
Drive for Muscularity	2.6181	0.80944	0.893
Muskeldysmorphie	2.3417	0.85849	0.868
Aussehensbezogene Vergleiche	3.1343	1.037	0.920

Für die Bewertung der Zusammenhänge wurde eine Pearson-Korrelation für die Erhebungsinstrumente mit einem Signifikanzniveau von $p < .05 = *$ und $p < .01 = **$ untersucht. Angefangen mit dem den Aussehensbezogenen Vergleichen ergab sich eine signifikant moderate positive Korrelation mit Muskeldysmorphie ($r = .504**$) und dem Streben nach Muskulosität ($r = .317**$). Außerdem zeigte sich eine starke positive Korrelation mit Internalisierung ($r = .728**$), aber keine signifikante Korrelation mit der Nutzungsintensität von Instagram ($r = .170$). Bei der Muskeldysmorphie zeigte sich die stärkste Korrelation mit dem Streben nach Muskulosität ($r = .801**$) und mit der Internalisierung ($r = .634**$). Auch zwischen der Muskeldysmorphie und der Nutzungsintensität von Instagram gab es keinen signifikanten Zusammenhang ($r = .218$). Das Streben nach Muskulosität wies eine signifikante, moderate positive Korrelation auf ($r = .483$) und keinen signifikanten Zusammenhang mit Instagram auf ($r = .163$). Abschließend wies die Internalisierung eine schwache, aber signifikante Korrelation mit der Nutzungsintensität von Instagram auf ($r = .326**$). Da nun erste Tendenzen hinsichtlich der korrelativen Zusammenhänge gezeigt werden konnten, ist es im nächsten Schritt notwendig die Wirkungsrichtung bestimmen zu können. Dafür sollen die ersten formulierten einfachen Zusammenhangshypothesen überprüft werden.

7.2.2 Einfache Zusammenhangshypothesen

H1: Je jünger eine Person ist, desto intensiver nutzt sie wahrscheinlich Instagram.

Die erste der einfachen Zusammenhangshypothesen bezieht sich auf den Zusammenhang zwischen dem Alter einer Person und der Nutzungsintensität von Instagram. Als Variablen wurde das klassierte Alter als unabhängige X-Variable und die die Nutzungsintensität von Instagram, die aus dem Mittelwert der Instagram Intensity Scale gebildet wurde, als abhängige Y-Variable verwendet. Mit einem korrigierten R^2 von .008 kann damit lediglich 0,8 % der Varianz erklärt werden. Das $\beta = -0.152$ weist auf einen schwachen negativen Zusammenhang zwischen dem Alter und der Nutzungsintensität von Instagram hin. Dieser ist bei einem $p = .213$ allerdings nicht signifikant. Da $p > 0.5$ kann die Nullhypothese nicht verworfen werden, weshalb die H1 dementsprechend nicht bestätigt werden kann. Es besteht also kein direkter Zusammenhang zwischen dem Alter und der Nutzungsintensität von Instagram.

H2: Je höher die Nutzungshäufigkeit von Instagram einer Person ist, desto stärker internalisiert sie wahrscheinlich medial vermittelte Körperbilder.

Die zweite einfache Zusammenhangshypothese untersucht, ob es einen Zusammenhang zwischen der erhöhten Nutzungsintensität von Instagram und der Internalisierung medial vermittelter Schönheitsideale gibt. Dafür fungiert die Nutzungsintensität als unabhängige X-Variable und die Internalisierung als abhängige Y-Variable. Die Variable der Internalisierung setzt sich dabei aus dem Mittelwert der 23 Items aus der erhobenen ISATAQ-G-Skala zusammen. Mit einem korrigierten R^2 von .093 kann 9,3 % der Varianz erklärt werden. Mit einem $\beta = .326$ zeigt sich ein moderater positiver Effekt zwischen der Nutzungsintensität von Instagram und der Internalisierung, der mit einem $p = .006$ signifikant ist. Dementsprechend kann die Nullhypothese verworfen und die H1 damit angenommen werden. Damit besteht also ein, wenn auch eher schwacher, direkter Zusammenhang zwischen einer erhöhten Nutzungsintensität von Instagram und der Internalisierung von medial vermittelten Schönheitsidealen.

H3: Je höher die Nutzungshäufigkeit von Instagram einer Person ist, desto stärker vergleicht sie ihr Aussehen wahrscheinlich auch mit anderen Instagram-Nutzer:innen.

Mit der dritten einfachen Zusammenhangshypothese soll untersucht werden, ob sich Menschen mit einer erhöhten Nutzungsintensität von Instagram wahrscheinlicher auch mit

anderen Nutzer:innen vergleichen. Dafür wurde die Nutzungsintensität von Instagram erneut als unabhängige X-Variable herangezogen. Als unabhängige Y-Variable wurden die Aussehensbezogenen Vergleiche verwendet, die sich aus dem Mittelwert der PACS-Skala zusammensetzen. Mit einem korrigierten R^2 können lediglich 1,4 % der Varianz erklärt werden. Die Effektstärke $\beta = .170$ weist auf einen schwachen positiven Effekt hin, der allerdings mit $p = .162$ nicht signifikant ist. Die Nullhypothese kann dementsprechend nicht verworfen werden. Es kann also kein direkter Zusammenhang zwischen einer erhöhten Nutzungshäufigkeit von Instagram und dem Vergleich mit anderen Nutzer:innen angenommen werden.

7.2.2 Multivariate Analysen

Da die einfachen Zusammenhangshypothesen nun überprüft wurden, gilt es nun auch die Mechanismus- und Moderationshypothesen zu testen, um mögliche Wirkungszusammenhänge genauer untersuchen zu können.

H4: Je intensiver die Person Instagram nutzt, desto mehr internalisiert sie medial vermittelte Körperbilder und desto größer ist die Wahrscheinlichkeit einer muskeldysmorphen Störung.

Die vierte Hypothese untersucht, ob die erhöhte Nutzungsintensität von Instagram das Auftreten einer muskeldysmorphen Symptomatik über medial internalisierte Schönheitsideale bei Personen begünstigt. Die Hypothese folgt der Annahme, dass Personen mit einer erhöhten Instagram-Nutzung wahrscheinlicher idealisierte Körpervorstellungen rezipieren und damit anfälliger für die muskeldysmorphe Symptomatik sind. Der direkte Effekt wird dementsprechend von der Nutzungsintensität von Instagram als unabhängige X-Variable auf die unabhängige Y-Variable der Muskeldysmorphie beschrieben, die sich aus der MDD-Skala zusammensetzt. Die Internalisierung fungiert als Mediator, der zwischen der X- und Y-Variable vermittelt. Der direkte Effekt zeigt zunächst mit einem korrigierten $R^2 = .047$, das damit lediglich eine Varianz von 4,7% erklärt werden kann und mit einem $p = .0721$ nicht signifikant ist. Mit der Aufnahme der Internalisierung als Mediator zeigt sich, dass der direkte Effekt zwischen X und Y mit einem korrigierten $R^2 = 0.402$ ansteigt und somit 40,2 % der Varianz erklärt werden können, der Zusammenhang aber mit einem $p = .905$ weiterhin nicht signifikant ist. Damit lässt sich kein direkter Einfluss der Instagram-Nutzung auf die

Muskeldysmorphie vermuten, wenn der Moderator mit einbezogen wird. Betrachtet man den Zusammenhang zwischen der Instagram-Nutzung X und der Internalisierung M, zeigt sich ein signifikanter Zusammenhang mit einem $p = .0062$ bei einem korrigierten $R^2 = .106$. Eine intensivere Nutzung von Instagram scheint also auch mit einer stärkeren Internalisierung einherzugehen. Die Betrachtung der Internalisierung M und der Muskeldysmorphie Y ergab, dass ein hochsignifikanter Wert mit $p = .001$, bei einem korrigierten $R^2 = .402$ vorliegt. Das lässt vermuten, dass je stärker eine Person mediale Schönheitsideale internalisiert auch einem größeren Risiko einer muskeldysmorphen Symptomatik ausgesetzt ist. Der Effekt von der Instagram-Nutzung auf die Muskeldysmorphie wird damit vollständig über die Internalisierung vermittelt. Dementsprechend kann die Nullhypothese verworfen und die H1 angenommen werden.

H5: Je stärker die Tendenz zu Aussehens bezogenen Vergleichen, desto höher die Nutzungsintensität und desto größer die Wahrscheinlichkeit einer körperdysmorphen Störung.

Die fünfte Hypothese untersucht, ob die erhöhte Nutzungsintensität von Instagram den Zusammenhang von aussehensbezogenen Vergleichen und der Muskeldysmorphie vermittelt. Die Hypothese folgt damit der Annahme, dass Menschen mit einer Tendenz zu aussehensbezogenen Vergleichen durch eine erhöhte Verwendung von Instagram auch stärker von einer muskeldysmorphen Symptomatik betroffen sein können. Der direkte Effekt wird also von den aussehensbezogenen Vergleichen als unabhängige X-Variable und die Muskeldysmorphie als abhängige Y-Variable beschrieben. Die Mediation überfolgt über die Nutzungsintensität von Instagram M. Der direkte Zusammenhang zwischen X und Y zeigt bei einem korrigierten $R^2 = .253$, dass damit 25,3 % der Varianz erklärt werden können. Mit einem $p = .0000$ ist der Zusammenhang hochsignifikant und zeigt damit, dass Personen, die ihr Aussehen häufiger mit dem von anderen Personen vergleichen auch stärker von einer muskeldysmorphen Symptomatik betroffen sind. Mit der Hinzunahme des Moderators bleibt der direkte Zusammenhang mit einem $p = .0000$ weiterhin hochsignifikant und das $R^2 = .271$ steigt leicht an, sodass nun 27,1 % der Varianz erklärt werden kann. Der Zusammenhang zwischen X und M ist mit einem $R^2 = .029$ bei einer $p = .1619$ allerdings nicht signifikant. Betrachtet man den indirekten Effekt von M auf Y zeigt sich, dass im Bootstrapping-Konfidenzintervall von $\text{BootLLCI} = -.0125$ bis $\text{BootULCI} = .0905$ eine 0 enthalten ist, weshalb keine Mediation festgestellt werden kann. Dementsprechend wird die Nullhypothese

angenommen und die Alternativhypothese abgelehnt. Die H5 kann also nicht bestätigt werden, da der indirekte Effekt der Nutzungsintensität von Instagram nicht vorliegt. Allerdings lässt sich ein hochsignifikanter direkter Zusammenhang zwischen einem stärkeren Vergleich des Aussehens mit einer muskeldysmorphen Symptomatik konstatieren.

H6: Je intensiver Personen Instagram nutzen, desto stärker ist wahrscheinlich auch ihr Streben nach Muskulosität, was wiederum mit einer höheren Wahrscheinlichkeit zu einer muskeldysmorphen Symptomatik führt.

Die sechste Hypothese untersuchte die Annahme, dass Menschen, eine höhere Nutzungsintensität von Instagram hatten dadurch auch ein größeres Streben nach Muskulosität entwickelten und dementsprechend stärker von der muskeldysmorphen Symptomatik betroffen waren. Der direkte Zusammenhang wurde also zwischen der Nutzungsintensität als unabhängige X-Variable und der Muskeldysmorphie als abhängige Y-Variable über das Streben nach Muskulosität als Mediator vermittelt. Ebenjener Zusammenhang zwischen X und Y konnte mit einem $R^2 = .048$ insgesamt 4,8 % der Varianz erklären und ist mit einem $p = .0721$ nicht signifikant. Betrachtet man den Zusammenhang zwischen X und M zeigt sich, dass mit einem $R^2 = .027$ lediglich 2,7 % der Varianz erklärt werden können. Der Zusammenhang ist mit einem $p = .1798$ nicht signifikant. Dementsprechend lässt sich kein direkter Effekt zwischen der Nutzungsintensität von Instagram und dem Streben nach Muskulosität voraussagen. Der Zusammenhang zwischen dem Streben nach Muskulosität und der Muskeldysmorphie zeigte bei einem $R^2 = .649$, dass damit insgesamt 64,9% der Varianz erklärt werden können. Der Zusammenhang ist einem $p < .001$ außerdem hochsignifikant. Damit sind Personen mit einem höheren Streben nach Muskulosität auch wahrscheinlicher von einer muskeldysmorphen Symptomatik betroffen. Betrachtet man das Bootstrap-Konfidenzintervall für das Mediationsmodell zeigt sich, dass der indirekte Effekt bei $BootLLCI = -.0858$ bis $BootULCI = .04286$ liegt und damit eine 0 enthält. Der indirekte Effekt ist somit nicht signifikant. Dementsprechend kann die H6 nicht bestätigt werden, weil die Nullhypothese nicht verworfen werden kann. Es zeigt sich allerdings, dass das Streben nach Muskulosität ein starker Prädiktor für die Muskeldysmorphie ist.

H7: Der Zusammenhang zwischen dem Alter und der Muskeldysmorphie einer Person, ist umso größer, je stärker die Person medial vermittelte Körperbilder internalisiert.

Die siebte Hypothese untersuchte den direkten Zusammenhang zwischen dem Alter als unabhängige X-Variable auf die Muskeldysmorphie als abhängige Y-Variable über die Internalisierung als Mediator M. Die Hypothese folgt dabei der Annahme, dass Menschen unterschiedlicher Alterskohorten einer unterschiedlichen Intensität an Internalisierung durch Medien ausgesetzt sind, was wiederum die Wahrscheinlichkeit erhöht von einer muskeldysmorphen Symptomatik betroffen zu sein. Auch hier wurde zunächst der direkte Zusammenhang zwischen X und Y betrachtet. Das Modell kann mit einem R^2 lediglich 1,4% der Varianz erklären und ist mit einem $p = .3382$ nicht signifikant. Das Alter stellt, wie bereits in den einfachen Zusammenhangshypothesen für die Nutzungsintensität auch keinen relevanten Prädiktor für die Muskeldysmorphie dar. Die Überprüfung zwischen dem Alter und der Internalisierung zeigte mit einem $R^2 = .016$ lediglich eine Varianz von 1,6 % und war nicht signifikant $p = .3074$. Damit zeigt sich, dass das Alter nicht abhängig vom Grad der Internalisierung innerhalb der Stichprobe ist. Der Zusammenhang zwischen der Internalisierung und der Muskeldysmorphie konnte wiederum 40,4 % der Varianz mit einem $R^2 = .404$ erklären und war hochsignifikant mit einem $p < .001$. Unter der Hinzunahme des Mediators im Gesamtmodell stieg die Varianz dementsprechend von 1,4 % auf 40,4 %. Nichtsdestotrotz bleibt der direkte Effekt nicht signifikant mit einem $p = .6888$. Da das Konfidenzintervall auch hier zwischen $\text{BootLLCI} = -.03311$ bis $\text{BootULCI} = 0.1013$ liegt und damit die 0 enthält, kann von keinem vermittelnden Effekt von X über M nach Y ausgegangen werden. Die Nullhypothese kann dementsprechend nicht verworfen werden, weshalb die H7 auch nicht bestätigt werden kann.

H 8: Der Zusammenhang zwischen der Internalisierung von medial vermittelten Körperbildern und der Muskeldysmorphie einer Person ist stärker ausgeprägt, wenn diese Person Fitspiration-Inhalte auf Instagram rezipiert.

Die achte Hypothese untersucht, ob der Zusammenhang zwischen der Internalisierung medial vermittelter Körperbilder und der muskeldysmorphen Symptomatik durch die Rezeption von Fitspiration-Inhalten moderiert wird. Es soll also geprüft werden, ob Fitspiration-Inhalte ein verstärkender Faktor für den direkten Zusammenhang bedeuten. Angefangen mit dem direkten Effekt der Internalisierung auf die Muskeldysmorphie zeigt sich, dass dieser mit einem $R^2 = .442$ insgesamt 44,2 % der Varianz erklärt und mit einem $p = .1097$ nicht signifikant ist. Der Effekt der Rezeption von Fitspiration-Inhalten auf die Muskeldysmorphie

ist mit $p = .0603$ knapp nicht signifikant. Auch der Moderationseffekt zwischen der Internalisierung und der Fitspiration-Rezeption ist mit einem $p = 0.952$ nicht signifikant. Dementsprechend kann die Nullhypothese nicht verworfen werden, weshalb die H8 nicht bestätigt werden kann.

8. Interpretation und Diskussion

Da nun die Ergebnisse der uni-, bi- und multivariaten Analysen dargestellt wurden, gilt es im nächsten Schritt die Ergebnisse zu interpretieren und diskutieren. Die im Rahmen dieser Masterarbeit unterschiedlichen untersuchten Modelle sollten vor allem die Rolle des Einflusses einer intensiven Nutzung von Instagram auf die Entstehung einer muskeldysmorphen Symptomatik beleuchten. Um hier zu verstehen, welche Prädiktoren besonders relevant und aussagekräftig sind, wurden diese innerhalb unterschiedlicher Modell-Konfigurationen getestet. So waren vor allem die Nutzungsintensität von Instagram, das Alter und die Rezeption von Fitspiration-Inhalten von besonderem Interesse. Bezüglich der Hypothesen konnte schließlich kein Einfluss des Alters, der in H1 und H7 getestet wurde, gefunden werden. Das hier kein signifikantes Ergebnis festgestellt werden konnte, könnte an vielen unterschiedlichen Gründen liegen. Da die Zusammensetzung der Stichprobe nach Entfernung aller system- und benutzerdefinierten Fehler nur noch aus $n = 69$ Teilnehmer:innen bestand, kann für diese Studie keine Repräsentativität beansprucht werden. Vor allem kann hierbei aber die fehlende Altersheterogenität innerhalb der Stichprobe als möglicher Grund für dieses Ergebnis benannt werden. Da die Stichprobe zu 86,6 % aus Menschen, die zwischen 18- und 34 Jahren alt waren bestand und damit nur 13,4 % älter waren, ist diese Stichprobe eher ungeeignet, um aussagekräftige Ergebnisse hinsichtlich möglicher Altersunterschiede zu erzielen. Was den Effekt der Nutzungsintensität von Instagram auf unterschiedliche Prädiktoren anbelangt, zeigten sich hier unterschiedliche Ergebnisse. Bei der Überprüfung der H2 konnte ein signifikanter Zusammenhang zwischen der intensiveren Nutzung von Instagram und der Internalisierung medial vermittelter Schönheitsideale festgestellt werden. Auch für die H4 konnte ein signifikanter Mechanismus festgestellt werden, nachdem eine höhere Instagram-Nutzung auch zu einer stärkeren Internalisierung und damit zu einer größeren Risiko für eine muskeldysmorphe Symptomatik führt. Gleichmaßen muss hierbei natürlich auch angeführt werden, dass kein signifikanter Zusammenhang zwischen einer höheren Nutzungsintensität von Instagram und mehr sozialen Vergleichen führten. Die Nutzungsintensität hatte darüber hinaus auch keinen signifikanten

Effekt in den zwei getesteten Mechanismus-Hypothese H5 und H6. Die Tendenz sich stärker zu vergleichen hatte innerhalb des Modells einen signifikanten Effekt auf die Muskeldysmorphie, während dies nicht über die Nutzungsintensität als vermittelnden Mechanismus galt. Auch das Streben nach Muskulosität wurde nicht über die Nutzungsintensität von Instagram als Mechanismus auf die muskeldysmorphe Symptomatik vermittelt. Generell gilt es anzumerken, dass eine erhöhte Nutzungsintensität von Instagram nicht zwingend bedeutet, dass Teilnehmer:innen auch Fitspiration-Inhalte rezipieren. Auch ein stärkerer Bezug auf Influencer:innen wäre hier interessant gewesen, da bereits in der theoretischen Herleitung die Rolle von Medienvorbildern deutlich gemacht wurde. Die Skala der Nutzungsintensität könnte somit für das Forschungsdesign als alleinige Skala zu allgemein sein. Bezüglich der Interaktionshypothese H8, indem die Rezeption von Fitspiration-Inhalten als Interaktion untersucht wurde, zeigt sich, dass der Effekt der Internalisierung nicht verstärkt wurde. Da das Signifikanzniveau mit einem $p = .0063$ nur knapp nicht signifikant war, lässt sich zumindest eine mögliche Tendenz vermuten, die sich bei einer größeren Stichprobe vielleicht als signifikant erweist. Nichtsdestotrotz gilt es hierbei kritisch anzumerken, dass die Stichprobenverteilung mit 77,8 % an Proband:innen, die Angaben Fitspiration-Inhalte zu rezipieren, nicht ausgewogen war. Die Studie erhob darüber hinaus zwar, wer Fitspiration-Inhalte rezipierte, aber nicht in welchem Ausmaß und für welche Zwecke. Gerade hinsichtlich der Operationalisierung wäre es hier förderlich gewesen eine validierte Skala zu finden oder mehrere Variablen zur Bildung eines Konstrukts zu erheben, um die Dimension der Fitspiration besser abzubilden und entsprechend testen zu können. Zusammenfassend konnten von den insgesamt acht Hypothesen lediglich die zweite und vierte Hypothese bestätigt werden. Die erste der drei im Vorfeld formulierten Forschungsfragen: **„Besitzen jüngere Menschen ein stärker internalisiertes mediales Körperbild als ältere Menschen und sind damit auch stärker von Muskeldysmorphie betroffen?“** muss zumindest hinsichtlich der Untersuchung, vor allem aufgrund der genannten Gründe innerhalb dieser Masterarbeit verneint werden. Auch die zweite Forschungsfrage: **„Besteht ein positiver Zusammenhang zwischen einer allgemein erhöhten Nutzungshäufigkeit von Instagram und dem Streben nach Muskulosität?“** muss hier verneint werden. Eine erhöhte Nutzungshäufigkeit konnte, wie in H6 überprüft, nicht festgestellt werden. Eine erhöhte Nutzungsintensität von Instagram hatte jedoch positive signifikante Effekte auf die Internalisierung medial vermittelter Schönheitsideale als vermittelnder Mechanismus und in einer einfachen Zusammenhangshypothese. Die dritte und

letzte Forschungsfrage: „**Besteht ein positiver Zusammenhang zwischen der Nutzung von Fitspiration-Bildern und dem Streben nach Muskulosität?**“ muss auch verneint werden.

9. Limitationen und Ausblick

In dieser Arbeit gibt es abschließend noch einige Punkte, die kritisch angemerkt und reflektiert werden müssen. Angefangen mit den Limitationen, ist es notwendig zu erwähnen, dass die demographische Zusammensetzung der Stichprobe nicht groß genug war, um Repräsentativität beanspruchen zu können. Darüber hinaus weist die Stichprobe eine überproportional hohe Anzahl an jungen und hochgebildeten Personen auf, wodurch die Generalisierbarkeit der Ergebnisse nur bedingt möglich ist. Die überproportionale hohe Anzahl an jungen und hochgebildeten Menschen liegt mitunter in der Verbreitung des Online-Fragebogens, der über WhatsApp-Gruppen der Uni Wien, soziale Medien und den Freund:innenkreis erfolgte. Ein weiterer limitierender Faktor methodischer Art bestand in einem Fehler, der durch die unzureichende Kontrolle der Erhebungsinstrumente entstand. Aufgrund dessen war es nicht möglich umfangreiche Untersuchungen zu geschlechtsspezifischen Untersuchungen zu machen, die auch den Einfluss von sozialen Medien auf Frauen ermöglicht hätten. Darüber hinaus müssen die Ergebnisse gerade deshalb hinsichtlich ihrer Aussagekraft durch mögliche Verzerrungen kritisch hinterfragt werden. Als weiterer limitierender Faktor muss auch hier die Messung der Fitspiration-Rezeption angemerkt werden. Der Fragebogen erhob zwar, wer die Inhalte rezipierte und welchen Influencer:innen die Personen folgten, allerdings wäre es hierfür interessant gewesen ein umfangreicheres Konstrukt zu erheben. Auch das Querschnittsdesign muss im Rahmen dieser Arbeit kritisch erwähnt werden. Aufgrund der einmaligen Erhebung lassen sich keine eindeutigen kausalen Zusammenhänge feststellen. Als Ausblick für zukünftige wissenschaftliche Arbeiten, die sich mit den Auswirkungen von sozialen Medien auf die Wahrnehmung des eigenen Körpers befassen, lassen sich vor allem folgende Punkte festhalten. Da das Phänomen der Muskeldysmorphie immer noch relativ jung und kaum erforscht bleibt, würden sich neben Längsschnittstudien vor allem auch experimentelle Designs anbieten, die versuchen diese Symptomatik weiter zu dekonstruieren. Es fehlt in der aktuellen Forschungsliteratur an Studien, die sich mit den langfristigen Auswirkungen des Konsums von Fitspiration-Inhalten auseinandersetzen. So wäre es außerdem möglich, die innerhalb dieser Arbeit ausgemachten Prädiktoren bezüglich ihrer Dynamik untereinander weiter zu untersuchen. Künftige Studien sollten außerdem eine größere und wesentlich heterogenere Stichprobe einbeziehen, um einerseits repräsentative altersspezifische und andererseits geschlechtsspezifische Aussagen

treffen zu können. Weiters könnte die Rolle und der Einfluss der Influencer:innen als Medienvorbilder genauer über experimentelle quantitative wie qualitative Methoden untersucht werden.

10. Fazit

Diese Arbeit konnte einen sowohl theoretischen wie methodisch umfangreichen Überblick über die verschiedenen Dimensionen der Beeinflussung durch gesellschaftliche, wie mediale Faktoren vermitteln, die sich auf die Wahrnehmung des eigenen Körperbildes auswirken können. Zukünftige Studien könnten auf Basis dieser Arbeit weitere aktuelle soziale Netzwerke und Plattformen, wie zum Beispiel TikTok für eine umfangreichere Untersuchung in Betracht ziehen. Vor allem die Internalisierung des medialen Schönheitsideals konnte als aussagekräftiger Prädiktor ermittelt werden und sollte damit auch zukünftig mehr Verwendung in Untersuchungen zur Wahrnehmung des eigenen Körpers in Betracht gezogen werden.

11. Literaturverzeichnis

Bandura, A. 1986. Social cognitive theory of mass communication. In J. Bryant & D. Zillmann (Hrsg.), *Media effects. Advances in theory and research* (S. 121–153). Mahwah: Lawrence Erlbaum.

Bette, Karl-Heinrich, und Robert Gugutzer. 2012. „Sport Als Sucht Zur Soziologie Einer Stoffungebundenen Abhängigkeit: Sports as Addiction: On the Sociology of a Non-Substance Dependence“. *Sport Und Gesellschaft* 9(2):107–30. doi: [10.1515/sug-2012-0202](https://doi.org/10.1515/sug-2012-0202).

Bilandzic, Helena, Holger Schramm, und Jörg Matthes. 2015. *Medienrezeptionsforschung*. München: UVK/Lucius.

Blake, Christopher. 2015. *Wie mediale Körperdarstellungen die Körperzufriedenheit beeinflussen: eine theoretische Rekonstruktion der Wirkungsursachen*. Wiesbaden: Springer VS.

Botta, R. A. (1999). *Television images and adolescent girls' body image*

disturbance. *Journal of Communication*, 49, 22– 41. <http://dx.doi.org/10.1111/j.1460-2466.1999.tb02791.x>

Cunningham, Mitchell L., Rachel F. Rodgers, Jason M. Lavender, Jason M. Nagata, David Frederick, Marianna Szabo, und Stuart B. Murray. 2020. „Big Boys Don’t Cry’:Examining the Indirect Pathway of Masculinity Discrepancy Stress and Muscle Dysmorphia Symptomatology through Dimensions of Emotion Dysregulation“. *Body Image* 34:209–14. doi: [10.1016/j.bodyim.2020.05.014](https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2020.05.014).

Cwynar-Horta, Jessica. 2016. The Commodation of the Body Positive Movement on Instagram, in *Stream: Culture/Politics/Technology* 8 (2): 36-56.

Chua T.H.H., Chang L. Follow Me and like My Beautiful Selfies: Singapore Teenage Girls’ Engagement in Self-Presentation and Peer Comparison on Social Media. *Comput. Hum. Behav.* 2016;**55**:190–197. doi: [10.1016/j.chb.2015.09.011](https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.09.011).

Douglas, M. (1974): *Ritual, Tabu und Körpersymbolik. Sozialanthropologische Studien in Industriegesellschaft und Stammeskultur.* Frankfurt am Main: S. Fischer.

Döring, Nicola (2013): Wie Medienpersonen Emotionen und Selbstkonzept der Mediennutzer beeinflussen. Empathie, sozialer Vergleich, parasoziale Beziehung und Identifikation. In: Schweiger, Wolfgang/ Fahr, Andreas (2013): *Handbuch Medienwirkungsforschung.* Wiesbaden: Springer Fachmedien. S. 295-310.

Donnarumma, Luigi, und John Mingoia. 2024. „An Investigation of the Relationship between Social Networking Site Activities and Muscle Dysmorphia in Young Men“. *New Media & Society* 14614448241281827. doi: [10.1177/14614448241281827](https://doi.org/10.1177/14614448241281827).

Ellison, Nicole B., Charles Steinfield, und Cliff Lampe. 2007. „The Benefits of Facebook “Friends:” Social Capital and College Students’ Use of Online Social Network Sites“. *Journal of Computer-Mediated Communication* 12(4):1143–68. doi: [10.1111/j.1083-6101.2007.00367.x](https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00367.x).

Foucault, M. (1989). *Der Gebrauch der Lüste. Sexualität und Wahrheit 2.* Frankfurt a. M.: Suhrkamp.

Foucault, M. (2004). Hermeneutik des Subjekts. Vorlesung am Collège de France (1981/82). Frankfurt a. M.: Suhrkamp.

Ganson, Kyle T., Laura Hallward, Rachel F. Rodgers, Alexander Testa, Dylan B. Jackson, und Jason M. Nagata. 2023. „Contemporary Screen Use and Symptoms of Muscle Dysmorphia among a National Sample of Canadian Adolescents and Young Adults“. *Eating and Weight Disorders - Studies on Anorexia, Bulimia and Obesity* 28(1):10. doi: [10.1007/s40519-023-01550-7](https://doi.org/10.1007/s40519-023-01550-7).

Gerbner G, Gross L, Morgan M, Signorielli N. (1994). Growing up with television: the cultivation perspective. In: Bryant J, Zillmann. Media effects: advances in theory and research. Erlbaum, Mahwah. S17–41.

Grabe, S., Ward, L. M., & Hyde, J. S. (2008). The role of the media in body image concerns among women: A meta-analysis of experimental and correlational studies. *Psychological Bulletin*, 134, 460 – 476. <http://dx.doi.org/10.1037/0033-2909.134.3.460>

Grogan, S. (2021). Body Image: Understanding Body Dissatisfaction in Men, Women, and Children. Routledge.

Gugutzer, Robert (2005). Der Körper als Identitätsmedium : Essstörungen. In: Soziologie des Körpers, Markus Schroer , Frankfurt am Main, Suhrkamp, 2005, S. 323-355.

Götz, M., & Mendel, C. (2016). Germany’s Next Topmodel. In: Internationales Zentralinstitut für das Jugend- und Bildungsfernsehen (IZI) & ANAD e. V. Versorgungs- zentrum Essstörungen, München (Hrsg.), Warum sehe ich nicht so aus? Fernsehen im Kontext von Essstörungen (S. 80–145). München.

Goffman, E. (1983). Wir alle spielen Theater. Die Selbstdarstellung im Alltag. München/ Zürich: Piper.

Hayes AF (2019) The PROCESS macro for SPSS and SAS. <http://processmacro.org/index.html>. (Zugriff am 11.03.2025)

Hildebrandt, T., Langenbacher, J., & Schlundt, D. G. (2004). Muscularity concerns among men: Development of attitudinal and perceptual measures. *Body Image*, 1(2), 169–181.

Hoffmann, Dagmar (2017). Medien. In R. Gugutzer, G. Klein, & M. Meuser (Hrsg.), Handbuch Körpersoziologie. Bd. 2: Forschungsfelder und methodische Zugänge (S. 161–171). Wiesbaden: Springer VS.

Hoffmann, Dagmar (2012). Die relative Wirkmächtigkeit der Bilder. Ein Plädoyer für eine phänomenologische Betrachtung von Bildaneignungsprozessen. In S. Geise & K. Lobinger (Hrsg.), Bilder – Kulturen – Identitäten. Analysen zu einem Spannungsfeld Visueller Kommunikationsforschung (S. 207–223). Köln: Herbert von Halem.

Hoffmann, Dagmar. 2019. „Körperbilder in der Kommunikationsforschung“. S. 421–439 in Handbuch Visuelle Kommunikationsforschung, herausgegeben von K. Lobinger. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.

Holmstrom, A. J. (2010). The effects of the media on body image: A meta-analysis. Journal of Broadcasting and Electronic Media, 48, 196 –217.
http://dx.doi.org/10.1207/s15506878jobem4802_3

Junco R, Heiberger G, Loken E (2011) The effect of Twitter on college student engagement and grades. JComputAssistLearn27(2):119–132.

Jiotsa, Barbara, Benjamin Naccache, Mélanie Duval, Bruno Rocher, und Marie Grall-Bronnec. 2021. „Social Media Use and Body Image Disorders: Association between Frequency of Comparing One’s Own Physical Appearance to That of People Being Followed on Social Media and Body Dissatisfaction and Drive for Thinness“. International Journal of Environmental Research and Public Health

Klein, G. (2008). BilderWelten – KörperFormen: Körperpraktiken in Mediengesellschaften. In T. Thomas (Hrsg.), Medienkultur und soziales Handeln (S. 209–217). Wiesbaden: VS Verlag.

Krebs, Dagmar und Menold, Natalja (2022). Gütekriterien quantitativer Sozialforschung. In: Baur, Nina, und Jörg Blasius, Hrsg. (2022). Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung. Band 2. Wiesbaden, Germany: Springer VS. S. 549-583.

Kobilke, K. (2014): Erfolgreich mit Instagram: Mehr Aufmerksamkeit mit Fotos & Videos. Heidelberg: mitp-Verlags GmbH & Co. KG.

Korte, Johanna. 2021. Körperunzufriedenheit bei Mädchen im Jugendalter: Eine Mixed-Methods-Interventionsstudie im Sportunterricht. Bd. 31. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.

Knauss, C., Paxton, S. J., & Alsaker, F. D. (2009). Validation of the German version of the Sociocultural Attitudes Towards Appearance Questionnaire (SATAQ-G). *Body Image*, 6(2), 113–120. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2009.02.002>

Lavender, J. M., Brown, T. A., & Murray, S. B. (2017). Men, muscles, and eating disorders: An overview of traditional and muscularity-oriented disordered eating. *Current Psychiatry Reports*, 19, 32. <http://dx.doi.org/10.1007/s11920-017-0787-5>

Lazuka, Rebecca F., Madeline R. Wick, Pamela K. Keel, und Jennifer A. Harriger. 2020. „Are We There Yet? Progress in Depicting Diverse Images of Beauty in Instagram’s Body Positivity Movement“. *Body Image* 34:85–93. doi: [10.1016/j.bodyim.2020.05.001](https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2020.05.001).

Letosa-Porta, A., Ferrer-García, M. & Gutiérrez-Maldonado, J. (2005). A program for assessing body image disturbance using adjustable partial image distortion. *Behavior Research Methods*, 37(4), 638–643.

Lobinger, Katharina, Hrsg. 2019. *Handbuch visuelle Kommunikationsforschung*. Wiesbaden Heidelberg: Springer VS.

Meuser, Michael (2014) Körperarbeit – Fitness, Gesundheit, Schönheit, in: Alfred Bellebaum/Robert Hettlage (Hg.): *Unser Alltag ist voll von Gesellschaft: Sozialwissenschaftliche Beiträge*. Wiesbaden: Springer VS, S. 65-81.

McCreary Dr, Sasse DK. (2000). An exploration of the drive for muscularity in adolescent boys and girls. *J Am Coll Health*. 48:297–304

Morf, Carolyn C.;Koole, Sanader L. (2014): Das Selbst. In: Jonas, Klaus/Stroebe, Wolfgang/Hewstone, Miles (Hrsg.) (2014): *Sozialpsychologie*. 6. Auflage. Berlin/Heidelberg: Springer Verlag Berlin Heidelberg. S. 141-195.

Mölbart, S. C., Hautzinger, M., Karnath, H. O., Zipfel, S., & Giel, K. (2017). Validation of the Physical Appearance Comparison Scale (PACS) in a German sample: Psychometric

properties and association with eating behavior, body image, and self-esteem. *Psychotherapie, Psychosomatik, Medizinische Psychologie*, 67(2), 91–97.

Möri, Michelle, Federica Mongillo, und Andreas Fahr. 2022. „Images of bodies in mass and social media and body dissatisfaction: The role of internalization and self-discrepancy“. *Frontiers in Psychology* 13:1009792.

Nuttall, F. Q. (2015). Obesity, BMI, and Health: A Critical Review. *Nutrition Today*, 50(3), 117–128. <https://doi.org/10.1097/NT.0000000000000092>

Nymoen, O., Schmitt, W.M. (2023). Influencer: Der Werbekörper als Vorbild. In: Schütte, A., Nielsen-Sikora, J. (eds) Wem folgen?. Kindheit – Bildung – Erziehung. Philosophische Perspektiven. J.B. Metzler, Berlin, Heidelberg. https://doi-org.uaccess.univie.ac.at/10.1007/978-3-662-66838-2_9

Oehlhof, Marissa E. Wagner, Dara R. Musher-Eizenman, Jennie M. Neufeld, und Jessica C. Hauser. 2009. „Self-Objectification and Ideal Body Shape for Men and Women“. *Body Image* 6(4):308–10. doi: [10.1016/j.bodyim.2009.05.002](https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2009.05.002).

Pedalino, Federica; Camerini, Anne-Linda. 2022. „Instagram Use and Body Dissatisfaction: The Mediating Role of Upward Social Comparison with Peers and Influencers among Young Females“. *International Journal of Environmental Research and Public Health* 19(3):1543. doi: [10.3390/ijerph19031543](https://doi.org/10.3390/ijerph19031543).

Peter, Christina; Brosius, Hans-Bernd. 2021. „Die Rolle der Medien bei Entstehung, Verlauf und Bewältigung von Essstörungen“. *Bundesgesundheitsblatt – Gesundheitsforschung – Gesundheitsschutz* 64(1):55-61.

Perloff, R. M. (2014). Social media effects on young women’s body image concerns: Theoretical perspectives and an agenda for research. *Sex Roles*, 71(11–12), 363–377.

Pope, Harrison G., Amanda J. Gruber, Barbara Mangweth, Benjamin Bureau, Christine deCol, Roland Jouvent, und James I. Hudson. 2000. „Body Image Perception Among Men in Three Countries“. *American Journal of Psychiatry* 157(8):1297–1301. doi: [10.1176/appi.ajp.157.8.1297](https://doi.org/10.1176/appi.ajp.157.8.1297).

Raithel, Jürgen, Hrsg. 2008. Quantitative Forschung: Ein Praxiskurs. 2., durchgesehene Auflage. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Schurzmann-Leder, Lena. 2021. Körper, Leistung, Selbstdarstellung: Medienaneignung jugendlicher Zuschauerinnen von Germany's Next Topmodel. Bielefeld: Transcript.

Schoenenberg, Katrin und Martin, Alexandra. 2020. „Bedeutung von Instagram und Fitspiration-Bildern für die muskeldysmorphe Symptomatik: Internalisierung des männlichen Schönheitsideals durch soziale Medien“. *Psychotherapeut* 65(2):93–100. doi: [10.1007/s00278-020-00403-3](https://doi.org/10.1007/s00278-020-00403-3).

Schär, C. (2013). Doing Gender 2.0. Der Umgang internetaktiver Jugendlicher mit diffundierenden Geschlechter(leit)bildern. In B. Riegraf, H. Hacker, H. Kahlert, B. Liebig, M. Peitz, & R. Reitsamer (Hrsg.), *Geschlechterverhältnisse und neue Öffentlichkeiten*.

Schneider, Catharina, Maria Agthe, Takuya Yanagida, Martin Voracek, und Kristina Hennig-Fast. 2017. „Effects of Muscle Dysmorphia, Social Comparisons and Body Schema Priming on Desire for Social Interaction: An Experimental Approach“. *BMC Psychology* 5(1):19. doi: [10.1186/s40359-017-0189-9](https://doi.org/10.1186/s40359-017-0189-9).

Stein, Petra (2022). Forschungsdesigns für die quantitative Sozialforschung. In: Baur, Nina, und Jörg Blasius, Hrsg. (2022). *Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung*. Band 2. Wiesbaden, Germany: Springer VS. S. 143-162.

Stein, Jan-Philipp, Elena Krause, und Peter Ohler. 2021. „Every (Insta)Gram Counts? Applying Cultivation Theory to Explore the Effects of Instagram on Young Users' Body Image.“ *Psychology of Popular Media* 10(1):87–97. doi: [10.1037/ppm0000268](https://doi.org/10.1037/ppm0000268).

Shanahan, J., & Morgan, M. (1999). *Television and its viewers: Cultivation theory & research*. Cambridge, United Kingdom: Cambridge University Press.
<http://dx.doi.org/10.1017/CBO9780511488924>

Tausendpfund, Markus. 2018. Quantitative Methoden in der Politikwissenschaft: Eine Einführung. Wiesbaden: Springer VS.

Thompson, J. K. & van den Berg, P. (2004). Measuring Body Image Attitudes among Adolescents and Adults. In T. F. Cash & T. Pruzinsky (Hrsg.), *Body image. A hand- book of theory, research, and clinical practice* (S. 142–154). New York: Guilford Press.

Thompson JK, Heinberg LJ, Altabe M, Tantleff-Dunn S. *Exacting beauty: theory, assessment, and treatment of body image disturbance*. Washington (DC): American Psychological Association, 1999.

Tiggemann, Marika & Isabella Anderberg. 2020. „Muscles and Bare Chests on Instagram: The Effect of Influencers’ Fashion and Fitspiration Images on Men’s Body Image“. *Body Image* 35:237–44. doi: [10.1016/j.bodyim.2020.10.001](https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2020.10.001).

Tiggemann, Marika, und Zaccardo, Mia. 2018. „‘Strong Is the New Skinny’: A Content Analysis of #fitspiration Images on Instagram“. *Journal of Health Psychology* 23(8):1003–11. doi: [10.1177/1359105316639436](https://doi.org/10.1177/1359105316639436).

Tiggemann, Marika, and Mia Zaccardo. *Exercise to be fit, not skinny”: The effect of fitspiration imagery on women's body image*. South Australia: Elsevier, Body Image, 2015.

Tiggemann, Marika, Yolanda Martins, und Alana Kirkbride. 2007. „Oh to Be Lean and Muscular: Body Image Ideals in Gay and Heterosexual Men.“ *Psychology of Men & Masculinity* 8(1):15–24. doi: [10.1037/1524-9220.8.1.15](https://doi.org/10.1037/1524-9220.8.1.15).

Van Den Berg, Patricia, J. Kevin Thompson, Karen Obremski-Brandon, und Michael Coovert. 2002. „The Tripartite Influence Model of Body Image and Eating Disturbance“. *Journal of Psychosomatic Research* 53(5):1007–20. doi: [10.1016/S0022-3999\(02\)00499-3](https://doi.org/10.1016/S0022-3999(02)00499-3).

Vorderer, Peter. 2015. „Der mediatisierte Lebenswandel: Permanently online, permanently connected“. *Publizistik* 60(3):259–76. doi: [10.1007/s11616-015-0239-3](https://doi.org/10.1007/s11616-015-0239-3).

Wagner-Schelewsky, Pia und Hering, Linda. Online-Befragung.

In: Baur, Nina, und Jörg Blasius, Hrsg. (2022). *Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung*. Band 2. Wiesbaden, Germany: Springer VS. S. 1051-1066.

Waldorf M ,Cordes M, Vocks S, McCreary D. (2014). „Ich wünschte ich wäre muskulöser“: Eine teststatistische Überprüfung der deutschsprachigen Fassung der Drive for Muscularity Scale (DMS). *Diagnostica*60(3):140–152

Weilenmann, A.; Hillman, T; Jungselius, B. (2013): Instagram at the Museum: Communicating the Museum Experience through Social Photo Sharing. In: 31st Annual CHI Conference on Human Factors in Computing Systems: Changing Perspectives, CHI Paris. S. 1843-1852.

Welsch J.-F. (1987). Der Widerstreit, München: Fink.

Weichbold, Martin. (2022). Pretests.

In: Baur, Nina, und Jörg Blasius, Hrsg. (2022). Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung. Band 2. Wiesbaden, Germany: Springer VS. S. 443-452.

World Health Organization. A healthy lifestyle – WHO recommendations. World Health Organization. <https://www.who.int/europe/news-room/fact-sheets/item/a-healthy-lifestyle---who-recommendations> (Zugegriffen am 14.03.2025)

Wood, J. V. (1996). What is social comparison and how should we study it? Personality and Social Psychology Bulletin, 22, 520–537.

Yapri, Melanie, Fransisca Iriani R. Dewi. 2022. „Intensity of Instagram Use and Body Dissatisfaction: The Role of Appearance Comparison as a Mediator“: Jakarta, Indonesia.

12. Anlage

Abstract

Abstract in deutscher und englischer Sprache

Die zunehmende Digitalisierung und die Omnipräsenz sozialer Medien haben die Wahrnehmung des eigenen Körpers maßgeblich verändert. Besonders auf Instagram werden tagtäglich Fitspiration-Inhalte über Posts, Stories und Reels mit idealisierten Körpern von Nutzer:innen rezipiert. Während der Einfluss von sozialen Medien auf das Körperbild von Frauen bereits gut untersucht wurde, bestehen weiterhin Forschungslücken hinsichtlich der Auswirkungen von Fitspiration-Inhalten auf das relativ unerforschte Phänomen der muskeldysmorphen Symptomatik. Diese hier vorliegende Arbeit versucht diese Forschungslücke zu schließen und untersucht den Zusammenhang zwischen der Nutzung von Instagram auf die Internalisierung von medialen Körperidealen und dem Auftreten von Muskeldysmorphie. In einer quantitative Online-Befragung wurden Menschen, die Sport treiben und Instagram nutzen ($N = 81$) insbesondere zur Nutzungsintensität von Instagram, der Internalisierung des medialen Schönheitsideals, zu aussehensbezogenen Vergleichen, dem Streben nach Muskulosität und der muskeldysmorphen Symptomatik befragt. Die Ergebnisse zeigten, dass eine höhere Nutzungsintensität signifikant mit einer stärkeren Internalisierung des medialen Schönheitsideals zusammenhängt. Allerdings konnte kein direkter Zusammenhang zwischen der allgemeinen Nutzungsintensität von Instagram und Muskeldysmorphie festgestellt werden. Darüber hinaus erwies sich die Rezeption von Fitspiration-Inhalten nicht als signifikanter Moderator zwischen der Internalisierung von medialen Schönheitsidealen und der muskeldysmorphen Symptomatik. Die übrigen Hypothesen konnten aufgrund fehlender Signifikanz nicht angenommen werden, weshalb hier keine weiteren Aussagen getroffen werden können. In folgenden Studien sollten, die hier diskutierten, Limitationen insbesondere in Bezug auf die Zusammensetzung der Stichprobe berücksichtigt werden.

The increasing digitalization and omnipresence of social media have significantly altered the perception of one's own body. Particularly on Instagram, Fitspiration content featuring idealized bodies is consumed daily through posts, stories, and reels. While the influence of social media on women's body image has been well-researched, there are still gaps regarding the effects of Fitspiration content on the relatively unexplored phenomenon of muscle dysmorphia. This study aims to close this research gap by examining the relationship between Instagram use, the internalization of media-driven body ideals, and the occurrence of muscle dysmorphia. A quantitative online survey was conducted with individuals who engage in sports and use Instagram (N = 81). Focusing on Instagram usage intensity, internalization of media beauty ideals, appearance-related comparisons, the drive for muscularity, and muscle dysmorphic symptoms. The results showed that higher Instagram usage intensity is significantly associated with stronger internalization of media beauty ideals. However, no direct relationship was found between general Instagram usage intensity and muscle dysmorphia. Furthermore, the consumption of Fitspiration content did not prove to be a significant moderator between the internalization of media beauty ideals and muscle dysmorphic symptoms. The remaining hypotheses could not be confirmed due to a lack of significance, and therefore, no further conclusions can be drawn. Future studies should consider the limitations discussed here, particularly regarding the composition of the sample.